



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Lesen und Verstehen von musealen Inszenierungen

Verfasserin

Henriette Rosenmayr

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 308

Studienrichtung lt. Studienblatt: Volkskunde

Betreuerin: ao. Univ.-Prof. Dr. Klara Löffler

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung	5
2	Methoden und Forschungsrahmen	10
3	Publikumsforschung	17
4	Inszenierungen	25
5	<i>Kommunikation im Museum</i>	
5.1	BesucherInnen unter sich	29
5.2	BesucherInnen und das Ausgestellte	34
5.3	BesucherInnen und Museumsleute	41
6	<i>Zeit im Museum</i>	
6.1	freie Zeit	47
6.2	Zeit fürs Museum	52
6.3	gefühlte Zeit: Langeweile	56
7	<i>Interesse am Museum</i>	
7.1	Begeisterung	62
7.2	Nutzen	66
8	<i>Identität durch das Museum</i>	75
9	Resümee und Perspektiven	89
10	Literatur und weitere Quellen	97
11	Anhang	105

1 EINLEITUNG

Der Klassifizierung des Soziologen und Besucherforschers Hans-Joachim Klein zufolge, welche zwischen gelegentlichen und habituellen MuseumsbesucherInnen unterscheidet (Klein 1990, S. 305), kann ich definitiv zu letzteren gezählt werden. Museen werden von mir mehr als sechsmal pro Jahr aufgesucht, man könnte sogar sagen, ich sei eine passionierte Museumsbesucherin. Das betrifft selbstverständlich nicht alle musealen Einrichtungen gleichermaßen, ich habe meine Präferenzen, variabel nach Interessenslage, gewachsen aber auch geschwunden mit der Zeit und durch die Erfahrungen mit Präsentationsstilen selbst. Und dennoch - jede noch so kleine Reise wird erst durch den Besuch der lokalen musealen Einrichtung komplettiert, mindestens drei Saison- bzw. Jahreskarten füllen mein Portmonee, ich arbeite an Museen, bezahlt und im Ehrenamt. Der Kontakt zu MitarbeiterInnen eines kulturwissenschaftlichen Museums und die eigene Tätigkeit als Kulturvermittlerin waren letztendlich auch maßgeblich beteiligt an meinem Entschluss, mich dem Studium der Europäischen Ethnologie zu widmen. Wenngleich auch jede Lehrveranstaltung zum Thema Museologie von mir mit großem Interesse besucht wurde, hatte ich vorerst ein Diplomarbeitsthema aus dem Bereich der populären Religiosität angedacht. Doch es sollte anders kommen.

Entscheidend hierbei erwiesen sich die markanten Vorkommnisse, welche sich gegen Ende meiner Studienzeit im Rahmen von zwei Lehrveranstaltungen zum Thema Museum ereignen sollten. Die erste Situation ergab sich anlässlich einer Exkursion ins Jüdische Museum Wien. Im Rahmen des Führungsprogrammes, welches eigentlich für GymnasiastInnen der siebenten bis achten Klasse entwickelt wurde und an uns StudentInnen nur noch „ausgefeilt“ werden sollte, stellte die Kulturvermittlerin vor einer Vitrine die Frage, ob uns denn irgendwas an diesen Objekten auffallen würde. Nach einigen Sekunden betretenen Schweigens und fragenden Blicken unsererseits, versuchte sie uns mittels der Nachfrage, ob wir uns nicht gewundert hätten, weshalb in der Ausstellung nicht direkt das Thema Holocaust angesprochen werden würde, mögliche Antworten zu entlocken. Einige äußerten zögerlich Vermutungen, diese bewegten sich allerdings weitab von der erwarteten Antwort. Die Kulturvermittlerin bedauerte das Fehlschlagen der Inszenierung und hob zu des Rätsels Lösung an: Der beabsichtigte Fokus hätte auf jene geschwärzte Objekte gerichtet werden sollen, welche zwischen den anderen zumeist metallenen Gegenständen in der Vitrine platziert waren.

Die Verfärbung und die teilweise Deformierung waren Spuren des Holocausts, als Synagogen in Brand gesetzt wurden und nur wenige, durch Ruß und Feuer beschädigte Objekte den Flammen entrissen werden konnten. Die Kulturvermittlerin verwies im Zuge dessen allerdings auf ein Charakteristikum der Ausstellung im Jüdischen Museum Wien, den BesucherInnen nichts „auf dem Silbertablett servieren zu wollen“, sondern dass diese sich die Inhalte der Ausstellungen selber erarbeiten müssten.



Abb.1 Das Schaudepot des Jüdischen Museums Wien vor der Umgestaltung 2011

Meine zweite Beobachtung machte ich im Wien Museum Karlsplatz, unter anderem vor einer Installation in einem Raum der ständigen Schausammlung. Dank der Führung durch den Lehrveranstaltungsleiter wussten wir (je nach Aufmerksamkeit) von der Intention des Künstlers¹, zumindest jedoch, dass es eine solche gab.

¹ Bei der Installation handelte es sich um die Arbeit des Künstlers Adrien Tirtiaux, „Der Himmel über Wien 2009“, sie war Teil der (bereits zum Zeitpunkt unseres Besuches beendeten) Ausstellung „Fifty-Fifty-Kunst im Dialog mit den 50er Jahren“ und wurde im Kurzführer mit folgenden Worten beschrieben: „Eine Museumswand mit Exponaten, die geknickt ist. Licht, das in den Raum und auf ein Stadtmodell von 1852/1854 fällt: Adrien Tirtiaux, der sich immer wieder mit Ausstellungsräumen auseinandersetzt, geht es bei dieser Intervention um die Beziehung zwischen dem Außen- und dem Innenraum des Museumsbaus. Er gibt dem Gebäude etwas von seiner ursprünglichen Transparenz zurück, sind doch 50 Jahre nach dessen Entstehen beinahe alle Fenster verdeckt. Funktionsänderungen und verschärfte konservatorische Standards haben das Museum „erblinden“ lassen. Der Eingriff des Künstlers oszilliert zwischen der Strenge konzeptueller Strategien der 1970er-Jahre und einer comicartigen Leichtigkeit, die konstruktive Erfordernisse außer Kraft setzt und solide Wände wie Papier falten lässt.“

Nicht mit derlei Vorwissen ausgestattet begaben sich zwei Studentinnen einer anderen Lehrveranstaltung zwecks der Erarbeitung ihres Referates an den gleichen Ort und präsentierten in der Lehrveranstaltung ihr erstaunliches Ergebnis.

Wohl informiert über die Intention des Wien-Museums, die ständige Schausammlung bzw. das ganze Museum völlig erneuern zu wollen, kamen die beiden Kolleginnen bei der Betrachtung der ständigen Schausammlung zu dem Schluss, dass man dieser keine große Aufmerksamkeit mehr zukommen ließe, sich nur mehr wenig um sie kümmere, sei doch schließlich sogar schon eine Wand „heruntergebrochen“.



Abb. 2 „Der Himmel über Wien“ von Adrien Tirtiaux

Die Installation als Baufehler zu entschlüsseln sorgte nicht nur für den einen oder anderen Lacher der „Eingeweihten“, sie verfestigte bei mir immer mehr die Frage nach dem WARUM, welches sich sowohl auf die Schwierigkeiten der StudentInnen mit der Decodierung bezog, welche ich doch angesichts der Ausbildung für derlei ein wenig sensibilisiert erachtete, als auch auf die Motive der KuratorInnen bzw. DirektorInnen, welche nur scheinbar allzu gern auf die Inszenierungen oder Installationen ihrer Ausstellungen verwiesen, mit denen, ihren Aussagen zufolge, die BesucherInnen „irritiert“ werden sollten um neue „Lesarten“ evozieren zu können.

Ziel meiner Arbeit wurde es also, jene Umstände näher zu beleuchten, welche dazu führen, dass BesucherInnen Inszenierungen lesen können aber auch wollen, wie sehr es

für sie, aber auch für das Museum von Bedeutung ist, dass die von den KuratorInnen intendierten Aussagen auch verstanden werden.

Weniger in den Lehrveranstaltungen selbst als beim ersten Einlesen in einschlägige Fachliteratur aber auch im Zuge informeller Gespräche mit KuratorInnen, formierte sich meine erste Hypothese, wonach meine Vorstellung von einer demokratischen BesucherInnenorientierung als allgemeine Voraussetzung für die Gestaltung einer Ausstellung in den seltensten Fällen mit den Ansätzen der Fachwelt korrelierte.

Das der Einleitung folgende Methodenkapitel dient einem ganz wesentlichen Aspekt meiner qualitativen Forschungsarbeit, dem Offenlegen des „wissenschaftlichen Werkzeugs“ für die Datenbeschaffung und deren Analyse. Die Einblicke in den Forschungsprozess sollen die notwendige Transparenz gewährleisten, die unabdingbar ist, um anderen Personen die Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse zu ermöglichen.

Mit den zwei Kapiteln „Publikumsforschung“ und „Inszenierungen“ soll ein Überblick über historische und gegenwärtige Praktiken und Erkenntnisse der beiden Themenfelder gewährleistet werden. Wenn ich mich dem Kapitel Publikumsforschung recht ausführlich gewidmet habe, so liegt der Grund darin, dass, wenngleich meine eigene Publikumsforschung nur einen geringen Teil der genannten Methoden für sich beansprucht hatte, doch immer wieder Rückschlüsse bzw. Aussagen aufgrund einer Kontextualisierung mit den verschiedenen Ansätzen getroffen werden konnten.

Der daran anschließende empirische Teil mit den Abschnitten „*Kommunikation im Museum*“, „*Zeit im Museum*“, „*Interesse am Museum*“ und „*Identität durch das Museum*“ beinhaltet die Auseinandersetzung mit den zentralen Kategorien die sich im Laufe der Analyse manifestieren konnten. Auf Basis dieser Kategorien sollen Barrieren aber auch Möglichkeiten bezüglich der Lesbarkeit und dem Verständnis von musealen Inszenierungen dokumentiert werden.

Dies geschieht allerdings vor der Folie des vielfach postulierten Bildungsauftrags, wobei Publikumsorientierung als Voraussetzung einer gelungenen Kulturvermittlung verstanden werden kann. Die Vieldeutigkeit von dem, was unter Bildung verstanden werden kann, begleitete mich als roter Faden durch den gesamten Arbeitsprozess, eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem Bildungsbegriff erfolgt in dieser Arbeit jedoch nur soweit,

indem konkrete Äußerungen in Zusammenhang mit dem Bildungsauftrag analysiert wurden. Das abschließende Kapitel „Resümee und Perspektiven“ ist einerseits von zusammenfassendem Charakter, es widmet sich aber auch dem in den vorangegangenen Kapiteln sichtbar gewordenen ambivalenten Verhältnis der KuratorInnen zum Publikum. Komplettiert wird es mit dem Aufzeigen von Optionen, Ausblicken, bzw. Dimensionen, die in der Arbeit nicht weiterverfolgt werden konnten.

Wenngleich in so manchen Publikationen darauf verwiesen wird, dass es der Lesbarkeit nicht dienlich sei, war es mir dennoch ein Bedürfnis, durchgehend eine beide Geschlechter berücksichtigende Schreibweise zu verwenden.

2 METHODEN und FORSCHUNGSRAHMEN

Die Frage, wie viel Informationen zum Thema eingeholt werden sollten ehe man „ins Feld“ geht – in meinem Fall bedeutete dies die Interviews zu führen – war anfänglich gar nicht so leicht zu beantworten. Es fand sich, allein schon was die deutschsprachigen Publikationen betraf, eine Vielfalt an speziellen Zugängen, die sich mir als ein vielteiliges Puzzle darstellten, welches sich anfänglich jedoch nur bedingt zu einem Bild zusammenfügen ließen.

Sehr hilfreich beim Erstellen eines präzisen Arbeitsplanes erwies sich nebst anderen Umberto Ecos Buch „Wie man eine wissenschaftliche Arbeit schreibt“ (Eco 2002). Nicht zuletzt waren es auch seine wiederholten Aufforderungen „das Ganze mit Spaß [zu machen]“ (Eco 2002, S. 265), die, wieder in Erinnerung gerufen, so manchem verbissenen Suchen nach Erkenntnis und Bedeutung Einhalt bieten konnten.

Sowohl für die Datenerhebung als auch für deren Analyse wurden qualitative Forschungsansätze gewählt. Demnach kamen für den empirischen Teil der vorliegenden Arbeit Verfahren wie (teilnehmende) Beobachtung, qualitative Interviews, sowie das Führen eines Forschungstagebuches zur Anwendung. Den methodologischen Hintergrund der Datenauswertung bildeten die „Grounded Theory“ von Glaser und Strauss (Strauss 1994) sowie der Ansatz des „Verstehende[n] Interview[s]“ von Jean Claude Kaufmann (Kaufmann 1999).

Die Grundlage des empirischen Teiles bildete die Befragung der StudentInnen mittels qualitativer Interviews, die Stärke dieser Methode liegt darin, „Handlungs- und Systemlogiken in sozialen Systemen, die Gründe für die Entwicklung spezifischer Handlungsweisen in einem sozialen Feld und die spezifischen Dynamiken der Strukturierung komplexer Sozialsysteme“ (Froschauer/Lueger 2003, S.7) zum Vorschein bringen zu können. Entsprechend der Grounded Theory (Strauss 1994, S. 50f) erfolgte die Auswertung der Interviews u. a. mittels offenen Kodierens, Kategorisierens, Theoretical Samplings, sowie der Berücksichtigung der verschiedenen Dimensionen, die sich aus der Vorgehensweise ergaben. Mit dem Ausbilden der Schlüsselkategorien und deren Subkategorien konnten die Interviewtexte zunehmend selektiv kodiert, aber auch kontextualisiert, sowie interpretiert werden (ebd.).

Es handelte sich um teilstrukturierte face-to-face Interviews, ich erstellte einen Interviewleitfaden, der, wenn die mir relevant erschienen Fragen nicht bereits innerhalb des Gesprächs beantwortet wurden, zur Überprüfung von Fehlendem herangezogen werden konnte. Dieser bestand aus etwa sechs Fragen, die, bedingt durch die Auswertung der vorangegangenen Befragungen, leicht variierten, sich aber im Wesentlichen auf Kernthemen wie die Erinnerungen an die Museumsbesuche im Rahmen der Lehrveranstaltungen und die private Besuchspraxis beschränkten.

Bei den Befragten handelte es sich um TeilnehmerInnen der bereits erwähnten Lehrveranstaltungen zum Thema Museum, alle hatten an der Exkursion ins Jüdische Museum teilgenommen, zwei davon waren auch im Rahmen einer Lehrveranstaltung im Wien-Museum gewesen. Meine Auswahl fiel auf drei Frauen und zwei Männer deren Alter zum Zeitpunkt des Gespräches zwischen 23 und 29 Jahren lag. Ihre Namen wurden von mir anonymisiert, die Pseudonyme ließ ich meine GesprächspartnerInnen selbst auswählen, sie konnten nicht nur als kleine Hinweise auf ihre Präferenzen gelesen werden, sondern sollen den Interviewten auch als Erleichterung dienen, sich in direkten Zitaten wiederfinden zu können. Rachel (25 Jahre), Larissa (24 Jahre) und Hans (29 Jahre), waren StudentInnen der Volkskunde/Europäische Ethnologie im Hauptfach, Matthias (23 Jahre) studierte im Hauptfach Kunstgeschichte, Sarah (24 Jahre) Kultur- und Sozialanthropologie. Alle befanden sich am Ende ihres Studiums bzw. kurz vor dem Verfassen ihrer Diplomarbeit.

Die erste Anfrage um ein Interview fand persönlich, in vier Fällen unmittelbar nach einer Lehrveranstaltung, statt, ich erhielt von allen bereitwillig E-Mail-Adressen und Telefonnummern. Wenngleich mein Ansuchen per Mail für einen konkreten Gesprächstermin erst ein Jahr später erfolgen sollte, konnten dank dem Entgegenkommen meiner GesprächspartnerInnen die Treffen in relativ kurzer Zeit arrangiert werden. Bereits vor der Zusammenkunft informierte ich die TeilnehmerInnen telefonisch bzw. persönlich über den Ablauf und die etwaige Dauer des Gesprächs. Alle erklärten sich damit einverstanden, dass die Interviews mittels Aufnahmegerät aufgezeichnet wurden. Um eine möglichst unvoreingenommene Herangehensweise an die Materie zu gewährleisten, aber auch um mir einen größtmöglichen Aktionsradius in der Fragestellung offen zu halten, hatte ich das Thema vor den Treffen nur grob umrissen, meine Information beschränkte sich darauf, dass es sich um Ausstellungen handelt,

schwerpunktmäßig um die jener Museen, die wir im Rahmen der Lehrveranstaltungen besucht hatten. Nichtsdestotrotz entwickelten sich zumindest Vermutungen und eine Auseinandersetzung mit dem möglichen Inhalt des Gespräches, die im Fall von Matthias gegen Ende des Gespräches sogar zum Ausdruck gebracht wurden:

„Ich hätt mir ja eigentlich vorgestellt dass du mit den Hologrammen im Jüdischen Museum beginnst. Weil die, äh, momentan doch ein bissl ein mediales Aufsehen erregen, oder auch nicht. Und ah der Umgang mit missglückten Museumsgestaltungen, wie geht man damit um, wie vermittelt man Museumsumbauten. Wie geht man mit einer neuen Direktion um, wie im Jüdischen Museum, oder jetzt ganz aktuell, wie geht man damit um und welche außermuseumliche Umstände da miteinspielen [...]“¹

Die Gespräche wurden innerhalb von zwei Wochen an verschiedenen Tagen und an verschiedenen Orten geführt. Die zeitlichen Ressourcen meiner InterviewpartnerInnen berücksichtigend, war ich bestrebt, ihnen, im wahrsten Sinne des Wortes, so weit wie möglich entgegenzukommen. Wichtig bei der Wahl des Gesprächsortes war mir nur die Ungestörtheit von anderen Lärmquellen, einerseits bedingt durch die mäßige Aufnahmequalität meines Diktaphons, andererseits war es für mich wichtig, eine möglichst ruhige, konzentrierte aber auch gemütliche Atmosphäre zu ermöglichen, um sich ohne große Ablenkungen mit dem Thema auseinandersetzen zu können. Rachel wurde im Café des Österreichischen Museum für Volkskunde, Hans in einem, in den Morgenstunden nur sehr schwach frequentierten Kaffehaus, Matthias und Larissa im leeren Besprechungszimmer des Institutes für Europäische Ethnologie interviewt, Sarah lud mich in ihre eigene Wohnung zu Tee und Kuchen ein.

Die Verschiedenartigkeit der Orte, vom offiziellen Besprechungsraum des Institutes hin zur Örtlichkeit mit Freizeitcharakter wie einem Café oder der schützende Atmosphäre des Eigenheims, legte nahe, dass diese auch zu unterschiedlichen Verhalten führen könnte. Da ich alle, bis auf Sarah, bereits aus anderen Lehrveranstaltungen kannte, konnte ich,

¹ Zum Zeitpunkt der Interviews war das Jüdische Museum wegen Renovierungsarbeiten geschlossen. Die Demontage und die damit einhergehende Zerstörung der Hologramme, zum Zwecke einer Neugestaltung der Ausstellung wurden in Fachkreisen aber auch medial heftig diskutiert. Zentraler Streitpunkt war die Frage, ob es sich bei den holographierten Darstellungen von Objekten und Fotografien um ein Gestaltungsmedium oder bereits um historisch wertvolle Kunst handle, die Querelen basierten jedoch auf der ebenso umstrittenen Neubesetzung der Direktion. (vgl. dazu Trenkler 2011 und Menasse 2011)

wenngleich es deshalb nicht auszuschließen ist, im Wesentlichen keine Differenz zu den vorangegangenen informellen Gesprächen, wo immer sie auch stattfanden, feststellen. Dem bereits vorher bestehenden kollegialen Verhältnis unter StudentInnen schienen sie vielmehr treu geblieben zu sein. Wenngleich die Örtlichkeit und auch der Einsatz des Aufnahmegeräts kaum Auffälligkeiten wie beispielsweise Befangenheit bewirken konnten, so schienen doch die Anforderungen der StudentInnen an sich selbst eine besondere, sehr disziplinierte Art des Sprechens zu evozieren. In der Regel wurde versucht, sehr ausführlich zu antworten, im Falle von thematischen Abschweifungen kehrten sie wieder zur Ausgangsfrage zurück um die Antwort zu vervollständigen. Bereits im Vorfeld der Gespräche wurde mehrmals die Sorge geäußert, mir mit ihren Antworten vielleicht „nicht helfen“ zu können, weil die Befürchtung bestand, über zu wenig Wissen zum Thema Museum und Ausstellungen zu verfügen.

Während ich mich vor den Befragungen in Gesprächen mit den InterviewpartnerInnen sehr zurückhaltend mit persönlichen Stellungnahmen zur Thematik verhielt, so ließ ich doch während der Interviews, auch mit der Absicht, eine möglichst natürliche Gesprächssituation zu gestalten, den einen oder anderen persönliche Kommentar einfließen. Wenngleich ich auch während der Interviewsituation generell bestrebt war, meinen GesprächspartnerInnen eine von mir weitgehend unbeeinflusste Meinungsäußerung zu ermöglichen, und deren Antworten nicht durch Suggestivfragen in eine bestimmte Richtung lenken wollte, so nahm ich mir doch in Anlehnung an Jean Claude Kaufmanns „Verstehendes Interview“ die Freiheit, durch Äußerungen meiner persönlichen Meinung aktiv zu intervenieren, um einerseits „[...] den Befragten durch einen Stilwechsel zum Reden zu bringen [...] [aber dadurch auch] zusätzliche Interpretationsspielräume [eröffnen zu können]“ (Kaufmann 1999, S. 98). Diese Stellungnahmen meinerseits ermöglichten in der Praxis an mancher Stelle tatsächlich eine Neupositionierung, sie wurden aber auch zum Anlass genommen, bestehende Meinungen zu bekräftigen, sie erwiesen sich deshalb auch als geeignet um Widersprüche und Ambivalenzen zum Vorschein zu bringen.

Die Dauer der Interviews belief sich auf einen Zeitrahmen von 35 bis 60 Minuten, die Aufzeichnungen wurden von mir zum Teil noch am selben Tag, teilweise an den Folgetagen transkribiert, Gedächtnisprotokolle mit all den Eindrücken zur

Gesprächssituation wurden unmittelbar nach den Treffen in meinem Forschungstagebuch notiert.

Die Vorgehensweise während des Forschungsprozess muss auch, entsprechend der Grounded Theory, als ein Abwechseln von Datenerhebung und Datenanalyse verstanden werden (Strauss 1994, S. 355). Ziel hierbei war es, eine *Theoretische Sättigung* zu erreichen, jenen Punkt, an dem mittels weiterer Daten keine neuen, relevanten Ergebnisse mehr erbracht werden können.

Entsprechend dem *Theoretical Sampling* (Strauss 1994, S. 70) suchte ich, basierend auf den Ergebnissen der Analyse dieser Interviews, der teilnehmenden Beobachtung in vier kulturhistorischen Museen in Wien sowie der Analyse der gelesenen Fachliteratur, ergänzend das Gespräch mit KuratorInnen kulturhistorischer Ausstellungen (*KuratorIn 1, 2 und 3*), einer MitarbeiterIn aus dem Bereich der Kulturvermittlung (*KV*), aber auch mit einer hochrangigen VertreterIn aus dem Kulturministerium¹. Nachdem sich nicht alle mit der Nennung ihres Namens einverstanden erklärten, zog ich es vor, alle sowohl namentlich als auch das Geschlecht betreffend zu anonymisieren².

Da mir der konkrete Wortlaut der Aussagen dieser GesprächspartnerInnen für eine vergleichende Gegenüberstellung einzelner Aussagen von derselben Person sehr bedeutend erschien, wurden drei Interviews mit Tonband aufgezeichnet (ein Telefongespräch mittels Aufnahmefunktion des Handys), die Aussagen von *KuratorIn 1* und der MitarbeiterIn des Ministeriums wurden mittels Notizen während des Gespräches sowie anschließenden Gedächtnisprotokollen festgehalten. Die analytische Vorgehensweise entsprach der der vorangegangenen Interviews, die Gespräche mit den „Fachleuten“ wurden allerdings in Hinblick auf eine Theoretische Sättigung (Strauss 1994, S. 49) vornehmlich (wenngleich nicht ausschließlich) selektiv auf ihre Einbettung in den Ausstellungsdiskurs bzw. in Hinblick auf die Kernkategorien meiner befragten Studentinnen kodiert.

1 Wenngleich in der Analyse auch andere von den StudentInnen genannte Museen Wiens einbezogen wurden, so beschränkte ich mich bei der Auswahl der KuratorInnen und der KulturvermittlerIn auf die musealen Einrichtungen in denen ich die initialen Beobachtungen tätigen konnte.

2 Sie werden auch nicht wie meine befragten Studentinnen mittels Sammelbezeichnungen wie „InterviewpartnerInnen“ angeführt, sondern als KuratorInnen bzw. KulturvermittlerIn ausgewiesen.

Ein Ziel der Arbeit war es, vorrangig jene Faktoren zu identifizieren, die über den Einzelfall hinaus Bedeutung haben. Die Ergebnisse der einzelnen Fallstudien wurden miteinander verglichen, um Rückschlüsse auf gemeinsame Ursachen ziehen zu können, die dem Lesen und Verstehen musealer Inszenierungen hinderlich bzw. dienlich sein konnten. Zu diesem Zweck wurden auch nicht ausschließlich die Bemerkungen zu den zwei konkreten Ereignissen im Jüdischen Museum bzw. im Wien-Museum berücksichtigt, sondern alle Äußerungen, die Aufschluss über die private als auch studienbedingte Besuchspraxis meiner GesprächspartnerInnen bieten konnten¹. Da es sich bei den befragten Personen bzw. ihrer freiwilligen bzw. privaten Besuchspraxis zufolge um IndividualbesucherInnen handelte, habe ich meinen Fokus auf diese, wenngleich sehr heterogene (aber trotzdem als solche vorhandene und erweiterbare) Zielgruppe gelegt.

Die Ergebnisse der Analyse der Interviews wurden zusätzlich den Aussagen aus Literatur und denen der MuseumsmitarbeiterInnen gegenübergestellt. Von signifikanter Bedeutung erschien mir hierbei die Frage nach der Einbettung meiner GesprächspartnerInnen (StudentInnen als auch MuseumsmitarbeiterInnen) in die gegenwärtigen Museums- bzw. Ausstellungsdiskurse. Der Begriff Diskurs soll hier als „Prozess[...] und Versuch[...] der Sinnzuschreibung und –stabilisierung“ (Keller 2007, S. 9) verstanden werden. Ziel der Analyse war es, sowohl verbale Äußerungen in Texten und Gesprächen als auch deren „Vergegenständlichung in Objekten“ (Keller 2007, S. 83), im konkreten Fall die jeweiligen musealen Präsentationen, im jeweiligen „diskursiven Feld“ (Keller 2007, S. 109) aufzudecken. Diskurs kann mit Schäffer als „poststrukturalistische Vorstellung eines gesamtgesellschaftlich zu verortenden und wirksamen Symbolsystems [verstanden werden], das die Handlungen und Haltungen der Individuen zumindest vorstrukturiert“ (Schäffer 2001, S. 5).

Bei der Analyse erwiesen sich nicht zuletzt die kulturtheoretischen Überlegungen Pierre Bourdieus als effizientes Instrumentarium, die spezifische Logik des kulturellen Feldes

¹ Bei den im Rahmen der Diplomarbeit thematisierten kultur- und kunsthistorischen Museen handelt es sich um wissenschaftlich betreute Einrichtungen in Wien, also im städtischen Raum, deren Ausstellungen von professionellen Teams aus WissenschaftlerInnen, ArchitektInnen und GrafikerInnen gestaltet wurden. Sie stehen somit im Gegensatz zu jenen musealen Institutionen, die von LaiInnen betreut bzw. kuratiert werden. Alle genannten Häuser erhalten Basisfinanzierungen aus öffentlicher Hand.

Nachvollziehen zu können, die Relevanz der „feinen Unterschiede“ als Distinktionsmechanismen schien besonders im Umfeld der „Professionellen“ deutlich zu werden.

Wie bei allen empirischen Studien handelt es sich auch hier um eine Momentaufnahme, deren Ergebnisse nur bedingt reproduzierbar sind. Im Sinne einer qualitativen Forschung habe ich auch meine Ergebnisse in diskursiver Form formuliert, sie sollen als nichts statisches, endgültiges verstanden werden, sondern die Möglichkeit einer „kontinuierlichen Weiterentwicklung“ (Strauss 1994, S. 332) implizieren.

3 PUBLIKUMSFORSCHUNG

Wenngleich es sich bei der vorliegenden Arbeit vornehmlich um eine BesucherInnenforschung handelt, wurde dem Kapitel die Überschrift Publikumsforschung zuteil. Da der Schwerpunkt der BesucherInnenforschung auf der Erhebung von soziodemographischen Daten, Besuchsumständen, Besuchsmotiven sowie den Interessen der MuseumsbesucherInnen basiert, stellt sie nur einen Teilbereich der Publikumsforschung dar. Diese umfasst nicht nur die Exploration jener Personen, die bereits eine museale Einrichtung aufgesucht haben, sondern auch die eines potentiellen Publikums, jenes der Nicht-BesucherInnen. Ihre Präferenzen bzw. Barrieren für den Museumsbesuch werden meist im Zuge von Markt- und Marketingforschungen eruiert. Desweiteren inkludiert der Begriff der Publikumsforschung alle Formen der Evaluationen, mithilfe derer Aussagen über Rezeption bzw. Erfolg der Museumsarbeit getroffen werden können. (Reussner 2010, S. 8ff). Sie sollen im Folgenden kurz skizziert werden.

Einen hervorragenden Überblick dazu bietet die Kulturwissenschaftlerin Eva M. Reussner in ihrer Publikation „Publikumsforschung für Museen“, in der sie umfassend anhand von Entwicklung, Praxis und Beispielen diesen Forschungszweig multiperspektivisch präsentiert. Teile ihrer Arbeit erwiesen sich auch als maßgeblich bei der Erstellung der Schwerpunkte dieses Kapitels.

Die Beforschung der BesucherInnen – ein historischer und methodologischer Überblick: Bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurden erste Analysen von BesucherInnen kultureller Institutionen durchgeführt. Die ersten dokumentierten Studien über BesucherInnen in Museen stammen von Gustav Theodor Fechner, einem Mitbegründer der experimentellen Psychologie. Er untersuchte 1871 die ästhetische Wirkung der beiden zentralen Gemälde der Dresdner Holbein-Ausstellung auf ein „gebildetes Laienpublicum“ (Fechner 1872, zit. nach Reussner 2010, S. 28). Der Publikumsforscher Hans-Joachim Klein würdigte die kultursoziologische Lokalstudie über das Kulturleben der Stadt Mannheim von Else Biram anno 1919 als Pionierarbeit (Klein 1981, S.66), diese stellte im Vergleich zu den Entwicklungen im angloamerikanischen Raum eine Seltenheit dar. Bereits 1916 versuchte in den USA Benjamin Ives Gilman das Phänomen der *museum fatigue* zu analysieren, jener

Ermüdungserscheinung, die mit zunehmender Aufenthaltsdauer zu einem Absinken der Aufmerksamkeit führt. Edward Stevens Robinson und Arthur Melton führten in den 1920er bzw. 1930er Jahren behavioristische Evaluationsstudien in Kunstmuseen durch, indem sie Stoppzahlen und Verweildauer der BesucherInnen vor den Exponaten ermittelten. Murray versuchte mittels des *value factors* die für ihn angemessene Zeit, welche in Ausstellungen verbracht werden sollte, um diese auch verstehen zu können, mit der tatsächlichen Verweildauer der BesucherInnen zu vergleichen (Kirchberg 2010, S. 171). Cummings sprach sich 1940 für die Methode des Interviews aus. Bedingt durch das Weltgeschehen ist aber zu jener Zeit ein weltweites Stagnieren der Besucherforschung erkennbar (Klein 1981, S. 68). Erst ab dem Ende der 1950er Jahre wurden Kombinationen der bisherigen Ansätze entwickelt. Als wichtigste Vertreter dieser komplexen Evaluationsstudien gelten die US-Amerikaner Harris Shettel und Chandler Screven, deren wesentliches Anliegen „eine Erhöhung der Lerneffizienz von Ausstellungen“ war (Kirchberg 2010, S. 171). In den 60er Jahren kam es zu einer „kognitiven Wende“, neben der bisherigen Erforschung der Reaktionen der BesucherInnen auf eine Ausstellung widmete man sich nun auch der „Verarbeitung der dargebotenen Information“ (Reussner 2010, S. 32).

Harris Shettel begründete 1968 die „Drei-Faktoren-Theorie“, wonach der Erfolg einer Ausstellung an ihrer *attracting power* (Stoppzahl), ihrer *holding power* (Verweilzeit) und ihrer *learning power* (Lernertrag) gemessen werden kann (Noschka-Roos 1998, zit. nach Kirchberg 2010, S. 173).

Chandler Screven entwickelte 1990 verschiedene Evaluationstypen, beginnend mit der *Vorab-* oder *Front-end-Evaluation* in der Planungsstufe, bei der mittels qualitativer Interviews und Gesprächen mit Zielgruppen Interessen, Wissenstand zum Thema, aber auch Erwartungen und Anknüpfungspunkte ermittelt werden sollen. Bereits bestehende Entwürfe oder Modelle der Ausstellung werden in der *Formativen Evaluation* auf ihre Vermittlungsleistung getestet. Hierbei werden BesucherInnen mit provisorisch errichteten Ausstellungsteilen wie Texten, Bildern und Designs konfrontiert. Diese werden entsprechend den Rückmeldungen verbessert oder gegebenenfalls geändert. Die *Nachbesserungs-* oder *Status-Quo-Evaluation* ermöglicht nur mehr kleinere Änderungen in bereits bestehenden Ausstellungen und kommt beispielsweise bei Verbesserungen in bestehenden Dauerausstellungen, aber auch nach Fertigstellung von

(Sonder)ausstellungen und Vermittlungsprogrammen zum Einsatz. Zuletzt sei die *Summative Evaluation* genannt, sie dient am Ende einer Ausstellung zum Erkennen von Stärken und Schwächen einer Ausstellung um diese bei folgenden vermeiden zu können. Desweiteren können mittels summativer Evaluation vorab gesteckte Erwartungen an die Ausstellung wie beispielsweise Bildungswirkung und BesucherInnenzufriedenheit auf deren Umsetzung überprüft werden (Kirchberg 2010, S.171f und Reussner 2010, S 11f).

Im deutschsprachigen Raum wurden ab den 1960er Jahren die ersten Ergebnisse von Besucherforschungen in Fachzeitschriften publiziert, eine stärkere Verbreitung der Besucherbefragungen wurde erst in den 1970er Jahren verzeichnet (Löffler 2010, S.4). Dies ist auch im Zusammenhang mit dem veränderten Selbstverständnis der Museen zu verstehen.

Den historischen Wandel dieses Selbstverständnisses der Museen beschreibt Volker Kirchberg am Beispiel der Phaseneinteilung nach Neil Harris (Harris 1990, zit. nach Kirchberg 2005, S. 35):

- Phase der „autoritären Abgrenzung“ (authoritarian condescension): Anfang 20. Jh., „in der vor allem die soziale Distinktion weniger Eingeweihter der Museumswelt betrieben wurde“.
- Phase des „autoritären Experimentierens“ (authoritarian experimentalism): Ab den 1920er bis 1960er Jahren; bisher kulturell Benachteiligte sollten mittels Bildungs- und Sozialprogrammen an der „Hochkultur“ teilhaben können.
- Phase der „Wertschätzung des Populären“ (popular deference): 1970er Jahre, neben der demokratischen Öffnung für alle Gesellschaftsschichten wurde nun auch der Popularkultur eine Anerkennung entgegengebracht – demnach auch „Kultur von allen“, mit der Absicht, bestehende Machtverhältnisse aufzubrechen und nicht nur im Dienste der gesellschaftlichen Elite diese über kulturelle Festschreibungen zu legitimieren. (hier auch: Hoffmann 1979 und Sievers & Wagner 1994, zit. nach Reussner 2010, S. 33f).
- Phase der „existentiellen Überprüfung“ (existential scrutiny): 1990er Jahre bis heute, nun erst entschlossen sich Harris zufolge so manche Museen „ihre, die kulturelle Hegemonie unterstützende Selbstreferentialität aufzugeben und sich

ohne Vorbehalte den bisher nicht erreichten sozialen Bevölkerungskreisen zu öffnen“. Dennoch betont selbst der aus dem angloamerikanischen Raum stammende Harris, dass in vielen Fällen noch in den vorangegangenen Phasen verharrt werden würde. (Harris 1990, zit. nach Kirchberg 2005, S. 35).

Mit der Maxime „Kultur für alle“ in den 1970er Jahren sollte demnach eine Basis für einen möglichst demokratischen Zugang zu musealen Präsentationen geschaffen werden. Dieses Ziel, möglichst vielen Menschen Kultur und Bildung näher bringen zu wollen, setzte somit auch ihre Interessen und Bedürfnisse in den Fokus der Aufmerksamkeit (Reussner 2010, S. 33f). Während bis in die 1970er Jahre BesucherInnenanalysen von museumsfernen WissenschaftlerInnen vorgenommen wurden, waren sie von nun an auch als ein Aufgabengebiet innerhalb des Museums auszumachen (Bechtel 2002, S. 464). Viele der Studien wurden allerdings nicht veröffentlicht, sondern wurden ausschließlich intern ausgewertet. Als ein solches frühes österreichisches Beispiel nennt der Karlsruher Soziologe Hans-Joachim Klein das Heeresgeschichtliche Museum, dessen MitarbeiterInnen 1970 in einem Zeitrahmen von zwölf Wochen 2690 Fragebögen sammelten und intern analysierten (Klein 1981, S. 74). Klein selbst und sein Bochumer Kollege Heiner Treinen gaben ab den 1960er Jahren entscheidende Impulse für die BesucherInnenforschung im europäischen Raum. Hans-Joachim Klein und Monika Bachmayer lieferten in den 1980er Jahren auch eine der ersten Nichtbesucherstudien (1981). Untersucht wurden Barrieren des Museumsbesuches und Freizeitpräferenzen der „museumsfernen“ Personenkreise. Das deutsche Museum in München und das Haus der Deutschen Geschichte in Bonn zählten zu den ersten Museen in Deutschland, die Besucherstudien durchführten, erst 2001 wurde im neu eröffneten Jüdischen Museum Berlin eine eigene Abteilung für *Besucherforschung und Evaluation* institutionalisiert. Als wichtige Einrichtungen der deutschen Publikumsforschung seien auch das Berliner Institut für Museumsforschung und das Berliner Zentrum für Audience Development genannt (Löffler 2010, S.4).

Publikumsstudien sind in erster Linie Primärforschungen, abgestimmt auf bestimmte Fragen zu bestimmten Aufgabengebiete bestimmter Institutionen. Allerdings werden auch bereits bestehende Forschungsergebnisse im Rahmen von Sekundärstudien miteinander in Beziehung gesetzt, um daraus neue Informationen beispielsweise in Form von Statistiken zu akquirieren (Reussner 2010, S. 13).

Mit dem jeweiligen Selbstverständnis der Museen änderte sich auch die Auseinandersetzung mit ihren BesucherInnen. Ab den 70er Jahren wurde die Vermittlungsarbeit bedeutsam für die Legitimation von Museen als öffentlich geförderte Kultureinrichtung, durch die Vermittlungsarbeit sollte ein möglichst großer Teil der Bevölkerung erreicht werden (Reussner 2010, S. 35). Gefragt wurde nach Bildungsschichten und Besuchsveranlassung. Evaluationsstudien dienten (und dienen u.a. nach wie vor) zur Überprüfung des Lernerfolgs und somit der Qualität der eingesetzten Didaktik. Aus dieser Zeit seien Forschungen von Shettel, Lomis, Screven, Brown und Wolf, aus dem deutschsprachigen Raum von Bonfadelli, Strobel, Ullmann und Scharfe genannt (Klein 1981, S. 78).

Die 1980er und 90er Jahre führten, besonders durch die Studien der Smithsonian Institution in Washington D.C. sowie in Deutschland durch jene von Heiner Treinen zu einer „paradigmatischen Wende“: Die Ergebnisse ihrer Studien ließen Zweifel am Museum als Lernort aufkommen, vorhandene Einstellungen der BesucherInnen konnten ihnen zufolge zwar bekräftigt aber kaum geändert werden, pädagogische Maßnahmen wie in Schulen könnten aufgrund des Publikumsverhalten nicht zielführend sein (Kirchberg 2010, S. 275). Treinen bezeichnete das Verhalten der BesucherInnen vielmehr als „kulturelles window shopping“, die Rezeption von Ausstellungsinhalten verglich er mit jener aus anderen Massenmedien, sie erwies sich als „nicht zielgerichtet, emotional, expressiv und am Unterhaltungswert orientiert“ (Treinen 1996, S. 119).

Ausgehend von diesen Erkenntnissen entwickelte der amerikanische Besucherforscher George E. Hein einen konstruktivistischen Ansatz mit dem Ziel, den BesucherInnen auf Basis ihres Vorwissens einen sinnstiftenden Zugang zu dem Ausgestellten zu ermöglichen, die Inhalte sollten nicht „entsprechend der Fachsystematik der Kuratoren“ präsentiert werden, sondern auf eine Weise, die beim Publikum ein „entdeckendes Lernen“ zu provozieren vermochte (Kirchberg 2010, S. 177). Dazu bedürfe es allerdings einer Front-end-Evaluation um die Bedürfnisse der BesucherInnen erfassen zu können.

Die Realisierung solcher Ansätze stößt jedoch, wie Kirchberg konstatiert, seitens der KuratorInnen noch mancherorts auf Ablehnung, noch existiere bei ihnen die Einstellung, dass „Erwartungen der Besucher grundsätzlich weniger wert sind als ihre eigenen Ziele“ (Kirchberg 2010, S. 179).

Diese Erfahrung wurde mir auch anlässlich des ersten Besuches im neu eröffneten Jüdischen Museum Wien zuteil; auf Besucherforschung angesprochen, reagierte der Kurator ausweichend mit dem Argument, dass man in diesem Museum nicht das zeige, was die Besucher sehen wollen, man hätte vielmehr eine „Mission“ und wäre nicht marktorientiert. Publikumsforschung wurde mit Marktforschung gleichgesetzt, ein Faktum, das durchaus für profitorientierte Institutionen des Unterhaltungssektors stimmig sein mag, das aber gleichzeitig als Argument angeführt wurde, um sich von davon zu distanzieren.

Jedoch dient Publikumsorientierung, so Reussner, keineswegs nur einer (kommerziellen), „nachfrageorientierten“ Ausrichtung eines Museums, jenem Gegenstück der traditionellen, „angebotsorientierten“ Positionierung. Sie ist ebenso bedeutsam für „gesellschaftsorientierte“ Einrichtungen, die einerseits wie die traditionellen Museen ein sozial-kulturelles Ziel verfolgen, dies aber mithilfe eines besseren Verstehens der BesucherInnen einem möglichst großen Publikum vermitteln zu versuchen (Reussner 2010, S. 48).

Wenngleich sich der von dem Soziologen George Ritzer geprägte und von Kirchberg auf den musealen Bereich umgelegte Begriff einer „McDonaldisierung“ (Kirchberg 2005, S. 49-87) auf effiziente, definierte und überprüfbare Leistungen¹ von Museen bezieht, ist es wohl nicht die Namensgebung allein, sondern auch die Kriterien, die zur Feststellung des Erfolges herangezogen werden, die nicht unbedingt mit der eigenen Kultureinrichtung in Verbindung gebracht werden möchten. Noch immer werden beispielsweise zur Legitimierung von Subventionen quantitative Ergebnisse den zugegebenermaßen schwieriger zu eruiierenden qualitativen vorgezogen. Besuchszahlen werden in Kulturberichten nach wie vor als der Erfolgsindikator schlechthin herangezogen (Reussner 2010, S. 55).

Eine kulturpolitisch geforderte Aufgabe von Museen, die Umsetzung des Bildungsauftrags, welche mittels Publikumsforschung, wenn überhaupt, nur qualitativ erfassbar ist, bleibt in solchen Studien unbeachtet.

1) was durchaus auch als Professionalität und Verlässlichkeit verstanden werden kann (Reussner 2010, S. 57)

Zu den Methoden der Publikumsforschung zählen gegenwärtig sowohl quantitative als auch qualitative Ansätze, wobei nach wie vor mehrheitlich quantitative, statistische Datenauswertungen zum Einsatz gelangen. Dies beginnt beim Zählen von BesucherInnen über die Erhebung demographischer Daten wie beispielsweise den Wohnort. Eigenen Beobachtungen zufolge konnte man in den letzten Monaten kaum eine größere Ausstellung besuchen, ohne vorab an der Kassa höflich nach der eigenen Postleitzahl gefragt zu werden. Als weitere Formen der Datenerhebung dienen schriftliche und mündliche Befragungen mittels Fragebögen, leitfadengestützte Interviews, Gespräche mit Fokusgruppen, behavioristische Untersuchungen durch verdeckte Beobachtungen der BesucherInnen, bis hin zu „Experimenten mit Ausstellungselementen“ (Reussner 2010, S. 13). Desweiteren werden Informationsquellen wie Webseitenstatistiken herangezogen, sie geben Auskunft über aufgerufene Seiten, eingegebene Suchbegriffe aber auch über den geographischen Standort der BesucherInnen. Abschließend seien auch einige informelle Quellen genannt, hierzu zählen BesucherInnenbücher (vgl. Glatz 2011, S. 60-67), informelle Gespräche mit BesucherInnen, Rückmeldungen von Aufsichtspersonal und KulturvermittlerInnen sowie Inhalte von Korrespondenzen mit dem Museum (Reussner 2010, S. 189).

Die Problematik des Nichtwissens um die Bedürfnisse der BesucherInnen scheint auch keineswegs bei den mangelhaften Methoden oder dem fehlenden Potential der Publikumsforschung zu suchen sein. Wie gezeigt, bieten sich ausreichende Ansätze mithilfe derer aufgrund der erhobenen Detailinformationen die „Vielfalt des Publikums“ (Reussner 2010, S. 57) erfolgreich – auch im Sinne der qualitativen Aufgabenstellungen eines Museums – betreut werden könnte. Vielmehr scheinen die Schwierigkeiten eines effizienten Einsatzes von Publikumsforschung im Sinne eines demokratischen Verständnisses von Kulturvermittlung im Selbstverständnis der jeweiligen Institutionen aber auch in jenem der ihnen übergeordneten Instanzen verortet zu sein.

Für die Wirksamkeit der Publikumsforschung führt Reussner einige Erfolgsfaktoren an, darunter die *Qualität der Forschung* selbst, die (*finanziellen*) *Ressourcen* für deren Durchführung aber auch Umsetzung, ebenso die *Akzeptanz der Besucherforschung* innerhalb der Institution, welche für eine erfolgreiche Umsetzung der Ergebnisse unerlässlich ist und eine prinzipielle *Publikumsorientierung* voraussetzt (Reussner 2010, S. 107). Obgleich eine Zunahme an BesucherInnenstudien verzeichnet werden kann,

mangelt es nach wie vor an der praktischen Umsetzung der Ergebnisse, die Ursachen dafür sollen auch in dieser Arbeit diskutiert werden.

Auch von den österreichische Museen führt, aktuellen Untersuchungen zufolge, nur ein Bruchteil regelmäßig BesucherInnenstudien durch, dabei werden mehrheitlich quantitative, demographische Daten erfasst, die vorwiegend zur Legitimation gegenüber TrägerInnen und SponsorInnen herangezogen werden. Nur ein Drittel dieser Institutionen initiiert eine Publikumsforschung vorrangig zur Optimierung der Vermittlungsarbeit (Steiner 2012, S. 31-36). Publikumsforschung wird zu einem signifikanten Teil als Marktforschung verstanden und auch an dementsprechende interne aber auch externe PR- bzw. Marketingabteilungen überantwortet. Auch im Rahmen meiner Recherchen wurde ich von KuratorInnen aber auch von MitarbeiterInnen der Kulturvermittlungsabteilung bei Anfragen zu Besucherforschungen an die jeweilige Marketingabteilung verwiesen. Nichtsdestotrotz kann in der österreichischen Museumslandschaft eine zunehmende Auseinandersetzung mit dem Publikum festgestellt werden. Fachtagungen, eine Monographie zum Thema Besucherforschung an Österreichischen Museen von Gabriele Rath (Rath 1998), aber auch Leitartikel in Fachzeitschriften (beispielsweise in der österreichischen Museumszeitschrift *neuesmuseum* 2011, 11/2 und 2012, 11/4-12/1) widmen sich zunehmend den BesucherInnen aber auch NichtbesucherInnen, erörtern Motive, Relevanz und Barrieren der BesucherInnenforschung, diskutieren Methoden sowie Professionalisierungsstrategien und verweisen auf Erfolgsbeispiele. Wenngleich auch hier marktstrategische Überlegungen im Zentrum der Überlegungen stehen mögen, so ist doch eine Tendenz festzustellen, die die Bedürfnisse, dem Publikum etwas vermitteln zu wollen, ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken. Ein klares, wenngleich vielleicht auch plakatives Statement des Direktors eines renommierten Kunstmuseums kann hier durchaus als richtungsweisend gelesen werden:

„Kunst ist überhaupt erst aktivierbar, wenn sie gesehen wird, wenn sie Menschen bereichern kann – intellektuell, emotional, ästhetisch; und dafür müssen wir sorgen. [...]Es ist mir völlig egal, warum jemand in die Albertina geht, aber wenn er die Albertina verläßt, muss er wissen, warum es sich gelohnt hat hier zu sein. So gesehen bin ich bereit, alle Verführungskünste walten zu lassen, um den Menschen die Scheu vor der Kunst zu nehmen [...]Das bedeutet übrigens auch, dass unsere Ausstellungen nicht für die eigene Branche gemacht werden. Ich halte gar nichts von einem Kurator, der sich selbst verwirklichen will.“ (Klaus Albrecht Schröder im Gespräch mit Eva Komarek in *neuesmuseum* 2012/1, S. 38f).

4 INSZENIERUNGEN

Der aus der Theaterwelt stammende, und aus dem französischen „Mise en Scène“- „In Szene setzen“ eingedeutschte Begriff der *Inszenierung* bezeichnet „schöpferische Prozesse, in denen etwas entworfen und zur Erscheinung gebracht wird – [...] Prozesse, welche in spezifischer Weise Imaginäres, Fiktives und Reales (Empirisches) zueinander in Beziehung setzen.“ (Fischer-Lichte, 1998, S. 88).

Ausstellungen bedienen sich verschiedenster Mittel der Inszenierung, dazu zählen einerseits die Wahl bzw. die Positionierung der Objekte sowie der Einsatz von Gestaltungselementen wie Wänden, Vitrinen, Materialien, Farben Licht aber auch Texten. Durch das Zusammenwirken der Präsentationsmittel soll dem Ausgestellten entsprechende Bedeutung verliehen werden.

Der fiktionale Charakter der Theaterwelt, das Scheinhafte, verleiht Inszenierungen im Feld der Museumswissenschaften aber auch jenen pejorativen Beigeschmack, um den sich auch die Debatte rankt, inwieweit ein solches Mittel legitim sei um Exponate zu präsentieren oder ob die Authentizität der Objekte einer musealen Ausstellung dadurch gefährdet werden könnte. Inszenierung als Hilfsmittel wird von manchen AutorInnen, wie beispielsweise dem Direktor des Deutschen Hygiene-Museums in Dresden, Klaus Vogel, mit Niveauverlust assoziiert, würden doch die gefälligen Arrangements einer breiten Publikumsschicht einen Zugang zu den Ausstellungsinhalten ermöglichen und sich somit dazu eignen, „ein erhebliches Bildungsdefizit nicht so deutlich werden zu lassen.“ (Vogel 2006, S. 72).

Doch Ausstellungen sind, auch dem Verständnis von *KuratorIn 2* zufolge, per se Inszenierungen und sind es auch immer gewesen. Dies gilt auch für die oft zitierten Wunderkammern, die oftmals als auratische Darstellungsform (in der die Objekte für sich selbst sprechen sollen) im Gegensatz zu einer inszenierten, didaktisch aufbereiteten Ausstellung verstanden werden. Auch sie waren Präsentationen und sollten Zeugnis von Macht und Wissen ihrer BesitzerInnen geben. (vgl. auch Brückner 2006, S. 32)

Ein expliziter Einsatz inszenatorischer Mittel zur Gestaltung einer Ausstellung wird in der Regel aber mit dem Beginn einer publikumsorientierten Ausrichtung der Museen, also ab den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts beobachtet (Klein 2000, S. 149), Inszenierungen

sollten vorrangig dazu beitragen, Aussagen zu veranschaulichen und eine bessere Verständlichkeit durch die Berührung auf verschiedensten Ebenen zu ermöglichen.

Während man jedoch in den 70er Jahren noch in erster Linie versuchte, den BesucherInnen Informationen mittels Texttafeln zukommen zu lassen, lag in den 80er Jahren der Fokus auf komplexen Inszenierungen durch Nachstellen von Räumen und Ereignissen. Da hierbei auf die Textebene bisweilen ganz verzichtet wurde, kam es zu Missverständnissen seitens des Publikums, das die Inszenierung als „authentisches und wahrhaftiges Abbild der ‚wirklichen Geschichte‘ und nicht als deren Interpretation“ verstand (Schmidt 2007, S. 14). Dieser Form der Ausstellungspräsentation folgten interaktive Gestaltungselemente, mithilfe derer die Neugier der Besucherschaft geweckt werden sollte. In aktuellen Ausstellungen finden sich Schmidt zufolge „häufig sorgsam kontextualisierte Objekte in einfachen Inszenierungen. Texte spielen wieder eine große Rolle“ (ebd.). Diese finden sich jedoch zunehmend auf mobilen Begleitmedien wie Audio Guides, Personal Digital Assistants (PDA's) oder auf MP3-Playern aber auch in digitalen Informationsständen. Die Erschließung der Inhalte setzt hierbei von den BesucherInnen aktives Handeln voraus, die Objekte und Textebenen selbständig auswählen müssen (ebd.).

Inszenierungen können in Gesamtinszenierungen, wie beispielsweise einem Freilichtmuseum, und in Ensemble-Inszenierungen unterteilt werden. Als eine weitere Möglichkeit bietet sich eine Differenzierung nach den Handlungsmöglichkeiten der jeweiligen Inszenierung, welche Sinne für die Erschließung des Inhaltes verstärkt angesprochen werden. Eine dritte Unterscheidung kann nach struktural-funktionalen Gesichtspunkten erfolgen, zwischen einem *dekorativen*, *rekonstruktiven* und *symbolisierenden* Typus (Klein 2000, S. 150-152):

- Beim dekorativen Typus soll mittels Licht, Farben, Stoffen bzw. der Anordnung die Ästhetik, die „Aura“ der Objekte hervorgehoben und damit ein bestimmtes Verhalten seitens der BesucherInnen evoziert werden.
- Im Falle des rekonstruktiven Typus dient die Inszenierung einem besseren Verstehen der Funktion und der Bedeutung des Originals. Der „ursprüngliche Gebrauchskontext“ (Klein 2000, S. 151) wird nachgestellt, von Details wie

kunsthandwerklichen Besonderheiten können derartige Darstellungen jedoch eher ablenken.

- Symbolisierende Inszenierungen versuchen mittels Zeichen die Aussage dekodierbar zu machen. Selbst wenn die Zeichen als allgemein bekannt vorausgesetzt werden, sind die meisten mit unterschiedlichen Bedeutungen aufgeladen. Eine exakte Entschlüsselung der intendierten Aussage der AusstellungsgestalterInnen ist deshalb im besten Fall fachlich bzw. kulturell kompetenten BesucherInnen möglich. Klein verweist in seinem Artikel auch auf die Tatsache, dass KuratorInnen geneigt sind, mit Symbolen zu spielen, sie verändert einsetzen wollen, um zu irritieren oder neue Bedeutungsebenen zu eröffnen. In der Regel jedoch bleiben die Zeichen ungelesen oder werden missinterpretiert und erschließen sich dem Publikum nur im Rahmen einer Führung (Klein 2000, S. 152).

Klein zufolge stellen meine Beobachtungen keine Ausnahmeerscheinungen dar, besonders in Zusammenhang mit IndividualbesucherInnen kann dies als ein Indiz für eine „hausgemachte“ Verständnisbarriere verstanden werden. Seine vorgeschlagene „Gebrauchsanweisung“ (Klein 2000, S. 165) zum Decodieren der Symbolik hätte sich wohl auch in der ehemaligen Schausammlung des Jüdischen Museums Wien als nützlich erwiesen. Ich denke an dieser Stelle an meine Eigeninterpretation der bereits angesprochenen geschwärzten Objekte. Da sie im Rahmen eines Schaudepots inszeniert waren, ging meine Vermutung dahin, dass es sich, analog zu Gegebenheiten in Depots, um Objekte handle, die nicht, wie üblich, ehe sie in eine Ausstellung gelangen restauriert werden, sondern, vom Zahn der Zeit patiniert, vor sich hin darben. Im Falle eines Individualbesuches hätte ich mir aufgrund meiner mir stimmig erschienen Assoziationskette zwar das schale Gefühl der ungestillten Neugier erspart, die „vorgedachte“ (ebd.), intendierte Aussage wäre mir jedoch verschlossen geblieben, weil keine erkennbare „Spur“ (ebd.) zu ihr führte.

Wie bereits erwähnt, wird viel Inszeniertes vom Publikum nicht wahrgenommen, umso weniger, wenn sich seine Aussage nicht auf den ersten Blick erschließt. Klein führt dies darauf zurück, dass die Sehpraxis mit den sonst üblichen Medien übereinstimmt, „daß uns die Bereitschaft und Geduld zum ‚zweiten Blick‘, zu einem suchenden Erkunden vielfach

abhanden gekommen ist. Alles muss jetzt und sofort aufbereitet und klar sein“ (Klein 2000, S. 162). Wie ich im Laufe der Arbeit noch zeigen werde, erweisen sich noch ein Bündel weiterer Faktoren bedeutsam für die Präferenz dieser, von Klein sogenannten „Instant-Effekten“. Will man das Publikum allerdings für alternative Sehgewohnheiten gewinnen bedarf dies einer Hilfestellung und einer entsprechenden Motivation (Klein 2000, S. 163).

Um die Wirksamkeit von Inszenierungen beurteilen zu können, wird idealerweise eine Vorabevaluation durchgeführt, um Wissenstand und Vorlieben potentieller Zielgruppen eruieren zu können um anhand der Ergebnisse die Inszenierung darauf abzustimmen oder alternative Entwürfe einzubringen. Zumindest sollte, dem Besucherforscher Klein zufolge, jedoch eine bereits bestehende Inszenierung auf ihre Wirksamkeit überprüft werden. „Denn aufgrund ihrer Visibilität und Einprägsamkeit ist sie ein nachhaltiger Bedeutungsträger, der im Fall des Gelingens wie Misslingens des Gewollten bei Besuchern maßgeblich zu deren Gesamturteil über die Ausstellung beiträgt“ (Klein 2000, S. 165).

5 KOMMUNIKATION im Museum

In, aber auch durch eine Ausstellung finden Kommunikationsabläufe auf verschiedensten Ebenen statt, viele Aussagen werden intendiert, einige davon subtil, manche aber auch unbewusst und ungewollt transportiert. Da allerdings im Ausstellungsbereich nur in den seltensten Fällen (wie beispielsweise bei KuratorInnenführungen) eine persönliche Kontaktaufnahme zwischen AusstellerInnen und BesucherInnen zustande kommen kann, muss, ausgehend von einer Vermittlungsabsicht, museales Wissen, Erkenntnisse aus der Beforschung der gesammelten und bewahrten Bestände, ihre Kontextualisierung mit dem gegenwärtigen Stand der Wissenschaft aber auch mit den gesellschaftlichen Wertvorstellungen, dem Publikum über die Präsentation bzw. über die dazu gewählten Narrative sinnhaft vermittelt werden können.

In den Erzählungen meiner GesprächspartnerInnen fanden sich zahlreiche Beschreibungen kommunikativer Prozesse, ich habe sie in kommunikative Prozesse zwischen BesucherInnen untereinander, zwischen BesucherInnen mit dem Ausgestellten sowie zwischen BesucherInnen mit den MitarbeiterInnen der musealen Einrichtung eingeteilt. Zu bedenken galt es in allen Bereichen, dass Kommunikation gleichzeitig auch als Interaktion verstanden werden konnte, es zeigte sich, dass die Resonanz des jeweiligen Gegenübers den weiteren Prozess der Kommunikation nicht unwesentlich beeinflusste.

5.1 BesucherInnen unter sich

Um eine Kommunikation zwischen dem Ausgestellten und den BesucherInnen ermöglichen zu können, steht den Museen theoretisch eine Vielzahl von Hilfsmitteln zur Verfügung - inszenatorische Elemente, diverse Textsorten in den Ausstellungsräumen, AV-Medien, Demonstrationsobjekte, Kataloge und nicht zuletzt das Vermittlungsangebot der MuseumspädagogInnen, die persönliche Betreuung durch eine Führung (Pöhlmann 1990, S 66-71). Woran lag es also, dass es trotz aller dieser verfügbaren Angebote in den von meinen InterviewpartnerInnen thematisierten und auch den von mir beobachteten Fällen zu Defiziten bei der Informationsgenerierung kommen konnte?

Während meinen GesprächspartnerInnen museale Inhalte im Rahmen von Lehrveranstaltungen vorwiegend mittels Gruppenführungen näher gebracht wurden, wählten sie als private Besuchspraxis die des Individualbesuchs. In der Regel geschah dies allerdings in Begleitung von KollegInnen, FreundInnen und/oder PartnerInnen. Besuchten meine GesprächspartnerInnen eine Ausstellung allein, so entschlossen sie sich dazu meist aufgrund eines speziellen Interesses an einem Thema, welches trotz Ermangelung an Begleitpersonen befriedigt werden wollte. Geselligkeit, der Museumsbesuch als soziales Ereignis, war jedoch vorrangig allgemein erwünscht (vgl. auch Waidacher 1999, S. 58).

Begleitpersonen bzw. Personen denen man sich anschließen konnte, wurde zum Teil noch zusätzlich die Funktion der „AnimateurInnen“ aber auch die der InformantInnen zugedacht. AnimateurInnen, weil sie es waren, die die anderen Personen über die Ausstellung informierten und zum Besuch motivierten, InformantInnen, da zur Generierung von Informationen gerne auf die Auskünfte eines „sachverständigen Bekannten“, wie Hans-Joachim Klein diesen zu nennen pflegt, zurückgegriffen wurde. Diese Auskunftsmöglichkeit wurde auch in Kleins Forschungen von einer relativen Mehrheit favorisiert (Klein 1981, S. 141). Dass ein solches Verhalten nicht nur Auswirkungen auf die Entscheidung ein Museum zu besuchen, sondern auch auf jene, dies nicht zu tun, hatte, zeigte sich bei meiner Frage, warum Hans kaum Besuche des Volks- und des Völkerkundemuseums in Erwägung zog:

Hans: „Das ist eine gute Frage. Ich glaub’ das ist auch, weil mir die Leute in meinem Umfeld abgehen, die was jetzt da sagen, wir gehen da gemeinsam hin oder so. Das ist bei Kunstausstellungen vielleicht noch einfacher, das ist vielleicht, weil da im Freundeskreis ein paar so Künstler [lacht] dabei sind. Die sich halt ein bisschen auskennen, wo ich dann voll gerne mit denen hingeh, weil ich einfach merk’, die wissen mehr als ich, die erzähl mir dann einfach was. Das is auch irgendwie eine Form, wo ich ein Museum, grad in der Albertina, auch über Techniken und so etwas lernen kann, wenn einer neben mir steht und der erzählt mir das dann. Und ja, Museum das ist halt das, was ich gerne irgendwie zu zweit mache, muss ich schon sagen [...]“

Der hohe Stellenwert der Interaktion mit den vertrauten Begleitpersonen aber auch das Bedürfnis nach einer zeitlich und thematisch individuellen Besichtigung und nicht zuletzt die Bedeutsamkeit eines gewissen Komforts ließen den Schluss zu, dass in den vorliegenden Fällen ein Erreichen der Personen mit dem bereitgestellten Informationsangebot der besprochenen Museen nur schwer zu realisieren war.

Angebote wurden nicht automatisch aufgrund ihrer Verfügbarkeit genutzt, sondern nur, wenn sie dem erwünschten Besucherlebnis entgegenkamen.

Matthias: „Prinzipiell habe ich geführte Rundgänge nicht gerne, also ich gehe lieber individuell durch die Ausstellung und schau mir das alleine an oder mit Begleitpersonen, ah, und, da ist die Kommunikation zu den Begleitpersonen ganz anders als wenn man jetzt in einer Gruppe herumgeführt wird, wo schon ein gewisser Rundgang oder gewisse Schwerpunkte de facto vorgegeben sind...also ich möchte mir die Freiheit behalten, selber zu entscheiden, was für mich jetzt wichtig ist, an Objekten oder an Themen und das möchte ich mir beim Rundgang sozusagen, individuell festlegen können.“

Zu dem Bedürfnis nach sozialer Interaktion gesellte sich also noch jenes nach Individualität, nach der freien Wahl der Informationsquellen. Das bereitgestellte Angebot wurde nur sporadisch genutzt und wurde im Vergleich mit den Erwartungen der BesucherInnen als relativ dürftig erlebt. Audio-Guides wurden, wenn überhaupt, nur im Ausland benutzt, (Sarah schätzte sie auch in Ausstellungen, in denen aufgrund einer hohen Besucherdichte die Sicht auf Objekttexte erschwert wurde), Kataloge wurden selten, jedoch ausschließlich nach dem Ausstellungsbesuch als „vertiefende“ Ergänzung erworben, Führungsprogramme wurden mit den Argumenten der Einschränkung der individuellen Besichtigungspräferenzen aber auch aufgrund der vorgegebenen Zeitspanne abgelehnt, bzw. ihre Akzeptanz von der Qualität der Kulturvermittlung abhängig gemacht. Der Vorzug wurde jenen Informationsquellen gegeben, auf die man bei individuellem Bedarf und ohne großen Aufwand zurückgreifen konnte, deren Gebrauch aufgrund ihrer permanenten Verfügbarkeit die Interaktion der Besucher untereinander nur minimal beeinflusste. Rachel zeigte große Begeisterung für PDAs, handliche digitale Datenträger, ähnlich einem Audio-Guide, nur mit Bildschirmfunktion, die natürlich auch zum Text ein Bild des Objektes liefert, ohne vor dem Original stehen zu müssen. Generell begrüßt wurden objektnahe Betextung, ebenso gedruckte Bereichstexte zum Mitnehmen. Jeder übermäßige Aufwand um an Informationen zu gelangen, wurde deutlich missbilligt:

Sarah: „Ja, gefehlt hat mir [in der ehemaligen Ausstellung des Jüdischen Museums Wien], ja das kann man sagen, also zu den Objekten, dass es keine Texte gibt, nur diese Tafeln, wo man sich wirklich alles selber raussuchen muss, was halt manchmal ziemlich kompliziert ist, z.B. ganz oben in diesen, in diesen Depotschaukästen, also, bis man da dann halt die passende Nummer hat und dann zum Buch läuft, man kann das auch irgendwie nicht so lesen und anschauen, ah, in dem Objekt wiederfinden, man muss halt immer hin und herlaufen, vor allem diese großen Bücher, und das ist halt dann, ja das gefällt mir persönlich nicht so.“

Larissa: „Also gerade bei dem ersten Raum im Erdgeschoß, da ist mir nicht viel hängen geblieben, von wegen Informationen, die wir durch die Führung bekommen haben und die wir sonst nicht gehabt hätten. Ich weiß eben, dass dieser Katalog, ahm, dass man da mühseligst die Nummern raussuchen musste, und da war kaum Information zu dem Objekt, [...]“.

Verfügbare Texte wurden auch hinsichtlich ihrer „Konsumierbarkeit“ beurteilt, komplizierte Formulierungen wurden negativ bewertet.

Rachel: „Äh, naja, geht [seufzt]...also, teilweise find ich sie [Anm.: die Raumtexte der ständigen Schausammlung des Österr. Museums für Volkskunde] sehr lang und teilweise auch sehr, irgendwie, wie kann man das jetzt nett formulieren [lacht] ja, umständlich..., ja, umständlich geschrieben.“

Die Heterogenität des Publikums berücksichtigend, ließe sich daraus der Schluss ziehen, dass, die Beachtung grundlegender Bedürfnisse der BesucherInnen vorausgesetzt, mittels jederzeit möglichst leicht verfügbaren, leicht konsumierbaren, aber auch mannigfaltigsten Angeboten, aus denen die BesucherInnen wählen können, ein größtmöglicher Vermittlungserfolg zu erreichen wäre.

Diese Erkenntnis ist keineswegs neu. Bereits vor 25 Jahren folgerte die Arbeitsgruppe für empirische Bildungsforschung in Heidelberg aufgrund ihrer Forschungsergebnisse richtigerweise, dass es nicht „den“ Museumsbesucher gibt, dass man vielmehr mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Interessen und Motiven konfrontiert wird, denen man keineswegs mit einer Methode gerecht werden könne. Sie plädierten daher für eine Vielfalt an Angeboten, um der heterogenen BesucherInnenschaft eine freie Wahl ihres Zugangs zu ermöglichen (Nuisl et al. 1987, S. 36).

Für IndividualbesucherInnen würde sich demnach eine Auswahl an permanent verfügbaren und der sozialen Interaktion nicht abträglichen Informationsquellen eignen, jedoch scheitert die Umsetzung manchmal nicht nur an pekuniären Hürden, sondern wohl auch am Verständnis mancher Fachleute von musealen Präsentationen:

„Museumskommunikation spricht ihre eigene Sprache. Diese Sprache ist typisch und darf nicht durch fremde Kommunikationsformen, wie Texte und audiovisuelle Informationen überdeckt werden. Objekte [...] sind Metapher, die direkt das Gemüt ansprechen. Es ist daher äußerst wichtig, dass sie nicht durch Fachwissenschaftler oder Erzieher, sondern durch Künstler geschaffen und gestaltet werden, durch Menschen [...], die gelernt haben, sich durch Bilder auszudrücken“ [...] „Die Museale Ausstellung ist, unabhängig vom Thema, in allen Fällen ein spezifisches künstlerisches Medium sui generis und damit das diametrale Gegenteil einer wissenschaftlichen Aussage“ (Waidacher 2000, S. 24).

Ich gehe insofern mit Waidacher konform, dass Objekte in einer musealen Präsentation von zentraler Bedeutung sind. Die Problematik seiner Sichtweise dabei sehe ich allerdings darin, dass man bei KünstlerInnen nicht unbedingt eine Publikumsorientierung voraussetzen kann, im Gegenteil, diese sogar unter Umständen als Verrat an der zweckfreien Kunst verstanden wird.

Im selben Artikel räumte der Museologe Friedrich Waidacher den BesucherInnen auch ein Recht darauf ein, dass man sich „um sie kümmer[n soll], physisch wie geistig“ (Waidacher 2000, S. 27), dass sich eine erfolgreiche Auseinandersetzung mit dem Präsentierten nur in einer „positiven Gesamtatmosphäre“ ergeben kann und „fehlende Erklärungen und Anleitungen [...] ein Gefühl der Hilflosigkeit“ und somit genau das Gegenteil, nämlich „Abneigung gegen die Ausstellung“ erwecken könnten (ebd.).

Dies würde aber, insbesondere im Falle von IndividualbesucherInnen (jener Gruppe, die, wie sich in weiterer Folge noch zeigen wird, nicht im Fokus von zielgruppenspezifischen Vermittlungsprogrammen steht), ein Wissen um ihre Bedürfnisse und somit eine Besucherorientierung erfordern, da bei der Konzeption der Ausstellung die Vermittlungsziele bereits festgelegt werden müssten (Nuissl et al. 1987, S. 47).

Voraussetzung dafür wäre allerdings, dass WissenschaftlerInnen/KuratorInnen, GestalterInnen und VertreterInnen der Vermittlungsabteilung bereits in der Konzeptionsphase der Ausstellung zusammenarbeiten. Der Forderung, dass „[d]ie einzelnen Disziplinen [...] nicht additiv nacheinander agieren [können], sondern [...] sich von Anfang an im Dialog zwischen Inhalt und Form befinden [müssen]“ (Teufel 2001, 11) wird in der Realität nur bedingt nachgekommen. Vielmehr scheinen die VertreterInnen der verschiedenen Bereiche in einem Prozess eingebunden, in dem ihre heterogenen Vorstellungen von den Aufgaben einer Ausstellung aber auch ihrer eigenen Positionen innerhalb des Geschehens mit den damit verbundenen Machtansprüchen verhandelt werden müssen. Einem kreativen Miteinander steht, besonders in vornehmlich staatlich finanzierten Häusern, eine strikt zum Anderen abgegrenzte und hierarchische Rollenverteilung im Wege (Woodtli 2007, S. 138f) Während die GestalterInnen ihre Position vielfach festigen konnten und bisweilen sogar den KuratorInnen ihren Rang streitig machen, bildet die museumspädagogische Abteilung oftmals das Schlusslicht im Konzeptionsprozess (vgl. auch Metzger 2007, S. 129). Im Falle einer Exklusion aus dem

Konzeptionsprozess kann die Entwicklung spezieller, meist zielgruppenorientierter Vermittlungsprogramme oftmals erst nach Vollendung der Ausstellung, in der Regel nach der KuratorInnenführung erfolgen. Ein direktes Einbringen ihrer praktischen Erfahrungen mit BesucherInnen in den Gestaltungsprozess, sei es in der Objektauswahl oder in Bezug auf Betextung oder Gestaltung ist somit nicht möglich. *KuratorIn 1* erzählte mir, dass bei Sonderausstellungen, bei denen keine zielgruppenspezifischen Vermittlungsprogramme vorgesehen sind, auch selten MuseumspädagogInnen hinzugezogen werden. Die dazu befragte Mitarbeiterin der Vermittlungsabteilung der gleichen musealen Einrichtung erklärte, dass es im Ermessen der einzelnen KuratorInnen läge, ab wann das Team der VermittlerInnen in den Konzeptionsprozess eingebunden wird. Im Falle einer Einbeziehung war der Fokus aber vornehmlich auf die Zielgruppe Kinder bzw. SchülerInnen gerichtet. IndividualbesucherInnen wurden auch hier nicht explizit als Zielpublikum gewertet, sie mussten demzufolge ausschließlich mit den pädagogischen Qualitäten und Qualifikationen von KuratorInnen und DesignerInnen Vorlieb nehmen. Ebenso mit ihrem guten Willen, die Bedürfnisse des Publikum in ihrem kreativen Prozess überhaupt zu berücksichtigen. *KuratorIn 3* betonte die gute Zusammenarbeit der Abteilungen, jedoch machte auch dieses Zitat deutlich, dass eine Kooperation auf Augenhöhe nicht als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt wurde, sondern bestenfalls den konkreten Umständen zu verdanken war.

Kuratorin 3: „Also wir haben hier die Frau [...], die ist wirklich genial und ich schätze sie sehr und wie man sieht, sie hat die Audio Guide Texte geschrieben, ich hab ihr die Infos geliefert und sie hat sie geschrieben, und, also wir sind ja auch ein kleines Team, da tauscht man sich schon aus, ich würd sagen die Vermittlung wird schon sehr eingebunden, ja.“

5.2 BesucherInnen und das Ausgestellte

Nicht nur die Exponate selbst, auch ihre Interaktion mit den Gestaltungselementen, dem musealen Raum und nicht zuletzt mit den BetrachterInnen selbst können bei den BesucherInnen unterschiedliche Lesarten evozieren. Inwieweit die „Bedeutungen, die mit authentischen Objekten und Daten verbunden sind [und mit Hilfe der Ausstellung] ganzheitlich vermittelt werden“ (Waidacher 2000, S. 25) auch tatsächlich im Sinne von Wissensvermittlung gelesen werden können, hängt davon ab, inwieweit „Deutungsabsichten von Ausstellenden“ (Offe 2000, S. 42) kommuniziert werden können

und die BesucherInnen nicht nur auf ihre „Bedeutungsvermutungen“ (ebd.), sofern es überhaupt solche gibt, angewiesen sind.

Als historisches Beispiel für kommunikative Barrieren sei jener Auszug aus einem Bericht eines Besuchers des British Museum (dem ersten Museum, das für die Öffentlichkeit konzipiert wurde) anno 1784 angeführt, dessen Verfasser, nachdem ihm eine Unzahl von Objekten unkommentiert und zeitlich äußerst begrenzt zur Ansicht präsentiert wurde, zu folgender enttäuschenden Erkenntnis gelangen musste:

„Wenn ich Wunder sehe, die ich nicht verstehe, sind sie keine Wunder für mich. Sollte ein Fetzen vergilbten Papiers auf dem Boden liegen, würde ich es ohne Bedauern mit meinen Füßen zur Seite schubsen. Aber wenn mir erzählt wird, dass es ein von Edward dem Sechsten geschriebener Brief ist, wird es eine ausgewählte Antiquität, und ich ergreife es mit Begierde.[...] Ich gewährte mich selbst in der Mitte reicher Unterhaltung, die aus zehntausend Seltenheiten bestand, aber wie Tantalus konnte ich nicht eine schmecken. [...] Ich kam genauso klug heraus wie ich hineingegangen war, [...]“.

Selbst sein „bißchen mitgebrachte gute Laune“ sei ihm, seinen Ausführungen zufolge, dabei auch abhanden gekommen (Hudson 1975 zit. nach Klein 1981, S. 18f). Fast eineinhalb Jahrhunderte später schrieb der Kunsthistoriker Otto Homburger:

„Wer Tag für Tag erlebt, wie selbst die Schichten unserer Bevölkerung, denen kein altes Musikstück zu schwer, kaum ein moderner Komponist unbekannt ist, den Werken der alten Kunst gegenüberstehen, [...] ohne zu erkennen, was alle diese Dinge ihnen sagen wollen, der wird zugeben, dass hier noch viel geschehen muss, [...]“ (Klein 1981, S. 57 zit. nach Homburger 1924).

Auch in der Gegenwart wussten meine GesprächspartnerInnen, ebenso VertreterInnen mittlerer bis höherer Bildungsschichten¹, von Situationen in Museen zu berichten, in denen sich eine Annäherung bzw. Auseinandersetzung mit dem Ausgestellten als schwierig erwies, da der Kommunikationsprozess mangels Verständnis der Codes nicht in Gang gesetzt werden konnte.

Hans: „[...] wenn man nicht so ein geübter Museumsbesucher ist, dass, ich find das extrem schwierig zu decodieren, des zu verstehen oder überhaupt einmal zu erkennen,

¹ Den Bildungsgrad des Publikums betreffend ergeben die meisten Forschungen, dass BesucherInnen mit überdurchschnittlichem Bildungsniveau (in kunsthistorischen Museen noch mehr als in kulturhistorischen) am stärksten repräsentiert sind (Klein 1990, S. 189f).

dass es da was zu verstehen gibt, dass da überhaupt eine Aussage, eine Intention dahinter ist. Das find ich schwierig [...]“ (angesprochen auf die Installation im Wien-Museum Karlsplatz).

Die Kulturwissenschaftlerin Jana Scholze entwickelte in Anlehnung an die Theorien der Semiotiker Umberto Eco und Roland Barthes eine Zeichentheorie, der zufolge „[...] Zeichenprozesse [...] in Museen insbesondere in Ausstellungen statt[finden], wenn mittels konkreter Objekte, Texte und anderer Elemente Inhalte vermittelt werden sollen.“ Ausstellungen können somit als Orte beschrieben werden, wo „Signifikations- und Kommunikationsprozesse stattfinden“ (Scholze 2010, S. 129). Da ProduzentInnen und RezipientInnen in der Regel nicht gleichzeitig zugegen sind, können den BesucherInnen nur mittels Zeichen die intendierten Aussagen der KuratorInnen vermittelt werden. Es bedarf, so der Sprachwissenschaftler Wolfgang Kesselheim, also „dauerhafter Zeichen“, die von der Person der GestalterInnen losgelöst sind (Kesselheim 2011, S. 51).

Dem semiotischen Ansatz Jana Scholzes zufolge, werden Informationen mittels Arrangements von Objekten und architektonischen Gestaltungselementen codiert und die Zeichen im Sinne eines Vermittlungsbestrebens vom Publikum decodiert (Scholze 2010, S. 129). Zeichenträger sind nicht nur die Objekte und die damit verbundenen Texte oder Bilder, sondern auch deren Anordnung im Raum bzw. der Raum selber. Scholze unterteilt in Anlehnung an die Theorie des *fonctio signe* von Roland Barthes die Möglichkeiten einer Decodierung in Denotation, Konnotation und Metakommunikation. Bei der *Denotation* wird die funktionelle Bedeutung des Objektes entschlüsselt, bei der *Konnotation* erschließt sich den BetrachterInnen, welche (kulturellen) Zuschreibungen und Wertungen dem Objekt zu Eigen sind, auch wie es in der Ausstellung zu kontextualisieren ist. Die *Metakommunikation* betrifft die Einsichten, dass es sich bei Ausstellungen nie um neutrale Präsentationen handelt, dass ihre Aussagen zu einem Thema immer „fragmentarisch, konstruiert und auf die Gegenwart bezogen“ zu verstehen sind (Scholze 2010, S. 140-143).

Auffällig erschien in diesem Zusammenhang, dass besonders in jenen Ausstellungen, die von meinen InterviewpartnerInnen im Rahmen von Lehrveranstaltungen bzw. zum Zeitvertreib, also nicht aufgrund eines bereits ausgeprägten Interesses an der Thematik aufgesucht wurden, das Zustandekommen eines Kommunikationsprozesses mit dem Ausgestellten wenn überhaupt, nur sehr zögerlich angeregt werden konnte.

Die Zeichen konnten mangels bestehenden Vorwissens besonders schwer decodiert werden. Dies führte mich zu der These, dass, ein grundsätzliches Interesse vorausgesetzt, nicht nur ein höheres Bildungsniveau, aufgrund dessen ein vielfältigeres Repertoire zur Wissensaneignung zur Verfügung steht (beginnend mit der Bereitschaft, Texte lesen zu können und zu wollen), sondern darüber hinaus von den KuratorInnen auch zusätzliches thematisches aber auch museales Vorwissen von den BesucherInnen gefordert wurde, um so manchen Code dechiffrieren zu können.

Hans: „[...]also ich glaub, dass es im Museum generell so ist, dass einem relativ wenig auffällt, außer es weist einem jemand darauf hin.“

Da von den unterschiedlichen BesucherInnen Verschiedenstes als Zeichen gedeutet werden kann (oder auch nicht), ist es von Bedeutung, durch Markierungen festzulegen, „was von dem Wahrnehmbaren als Zeichen wahrgenommen werden soll“ (Kesselheim 2011, S.52).

Was aber sollte, meinen GesprächspartnerInnen zufolge, überhaupt kommuniziert werden?

Während ein großer Teil des Publikums die Wahl der Ausstellungsobjekte und – themen unhinterfragt als gegeben erachtet (vgl. auch Scholze 2010, S. 142) und ihr Begehren vorrangig die deskriptive bzw. funktionale Erklärung derselben ist, so ermöglichte bei meinen Interviewpartnern Matthias und Hans das Wissen um die Subjektivität der Objektauswahl die Frage nach den zugrundeliegenden Kriterien.

Matthias: „[...] natürlich wäre es interessant sozusagen, warum hat man das so gemacht, aber natürlich auch der Inhalt, was wird da gezeigt und warum wird das gezeigt, also diese zwei Ebenen.“

Die von Matthias gestellte Frage nach dem *warum*, warum etwas ausgestellt wird, nach Scholze die bereits oben erwähnte Ebene der Metakommunikation, kann als eine bereits professionellere Lesart des Mediums Ausstellung gedeutet werden.

Hans: „Ah, ja, is schon relativ lang aus, an was ich mich grad noch erinnern kann ist das grad übers Wien Museum, des war halt, ah, das erste Mal glaub ich, wo ich mich wirklich mit einem Museum intensiver beschäftigt hab’, wo ich des erste Mal wirklich gezielter mehrmals hingegangen bin [räuspert sich], und, also des was mir am meisten in Erinnerung geblieben ist und was mi damals am meisten irgendwie bewegt hat, des war einfach des, dass es für mich relativ schwierig war, die Sachen irgendwie zu erkennen, was damit ausdrückt werden will, welche Gegenstände ausgestellt werden, welche Bilder

aufhängt werden und da is es ja um die Geschichte Wiens, um die Stadtgeschichte gegangen, warum die so a Bedeutung haben.“

Die Frage blieb zu Hans' Enttäuschung weitgehend unbeantwortet.

Dieses Wissen um eine weitere Bedeutungsebene, die Erwartungen, auch diesbezüglich informiert zu werden, das „Wissen um das Nichtwissen“ [steuert] den Bedarf an einführenden Hintergrundinformationen“ (Klein 1990, 293). Klein weist auch darauf hin, dass „Barrieren in erster Linie dort Barrieren sind, wo sie gegebene und nicht erst zu weckende Ansprüche behindern, Zugangswege für vorhandene Zugangswünsche blockieren, [...]“ (Klein 1981, S. 205).

Wenngleich von meinen GesprächspartnerInnen korrekterweise darauf verwiesen wurde, dass sie das Jüdische Museum Wien nur von geführten Besuchen kannten, konnte jedoch als Grundtenor festgestellt werden, dass man die Erschließung der Inhalte im Rahmen eines Individualbesuches als schwierig wenn nicht als weitgehend unmöglich erachteten.

Am Beispiel der Inszenierung der beschädigten Toraaufsätze zeigte sich jedoch deutlich, dass es sich bei diesen Objekten um starke Bedeutungsträger handelte, nicht zufällig wurden sie auch auf dem Titelblatt des Katalogs der ehemaligen Schausammlung präsentiert bzw. in das Vermittlungsprogramm für SchülerInnen aufgenommen. Demzufolge konnte davon ausgegangen werden, dass es grundsätzlich in der Absicht der KuratorInnen lag, ihre Erkenntnisse und Überlegungen speziell zu diesen Objekten kommunizieren zu wollen.

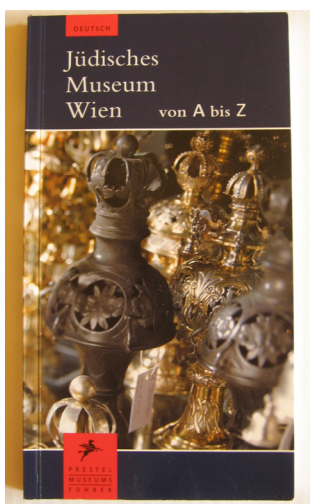


Abb.3: Katalog der ehemaligen Schausammlung, im Vordergrund die rußgeschwärzten Toraaufsätze.

Dennoch waren die Codes dermaßen verschlüsselt, dass sie von keiner/em der StudentInnen dechiffriert werden konnte.

Die Heterogenität der MuseumsbesucherInnen hinsichtlich Vorwissen und Erwartungen führte mich somit zu der Frage, für welches Publikum codiert bzw. inszeniert wurde, welche Zielgruppe die Inszenierung lesen sollte.

Larissa: „Also der oberste Raum [Schaudepot des Jüdischen Museums Wien, ehemalige Inszenierung], der hat mir jetzt nicht viel gegeben. Das waren halt wirklich so, teilweise Alltagsgegenstände, wie z.B. Spielzeug war dabei und dann halt so sakrale Gegenstände und bei vielem...weiß man halt was es ist, weil es Alltagsgegenstände sind, bei vielem, wie den sakralen Gegenständen, da kann ich nicht ... zuordnen, was oder wofür das da ist, auch weil ich mich mit der jüdischen Kultur, ja, weil ich mich damit auch nicht auskenn', grad was so den religiösen Alltag betrifft, also da wär vielleicht ein bisschen Information schon wünschenswert [lacht] gewesen, ja.“

Einige Alltagsgegenstände konnten von Larissa zwar denotiert, aber nicht mehr mit spezifischen Konnotationen versehen werden.

Sarah: „[...] Grad beim JM auch, wirkt das halt bei jedem irgendwie anders, je nach dem Hintergrund, weil wenn ich selbst Jüdin wäre, wüsst ich ja zu jeden Objekt irgendeine Geschichte, das ist dann wieder was ganz anderes.“

Sowohl Larissa als auch Sarah waren nur mit einem geringen thematischen Vorwissen ausgestattet, sie konnten weder aus einem Repertoire von biographischen Erinnerungen schöpfen, noch konnten sie das Ausgestellte bzw. die Objekte mit ihren interessensbasierten Erfahrungsschatz in Beziehung setzen. Rachel, deren Interesse am Gegenstand der Ausstellung als minimal gewertet werden kann, äußerte auf die Frage, welches Thema sie im Falle einer Neukonzeption der Ausstellung am meisten ansprechen würde, einen dementsprechenden Wunsch:

Rachel: „Ja am ehesten so den Alltag der Juden, wie weit sich der wirklich unterscheidet von den katholischen Menschen oder so.“

Selbst in ihrem Fall hätte die Möglichkeit bestanden, einen Bezug zu den bestehenden kognitiven Strukturen herzustellen, man hätte sich nur danach erkundigen müssen.

Bezüglich des Jüdischen Museums konnten die Aussagen meiner InterviewpartnerInnen durchaus der Gruppe der Nicht-BesucherInnen zugeordnet werden, hatte doch niemand von ihnen das Museum aus eigener Motivation, abgesehen von jener im Rahmen ihrer Ausbildung, aufgesucht. Sie konnten deshalb auch ansatzweise mit den Bedürfnissen

einer zentralen Zielgruppe des Museums in Verbindung gebracht werden, den SchülerInnen, Kindern und Jugendlichen, die im Rahmen schulischer Aktivitäten ins Museum gebracht wurden und deren Interesse von *KuratorIn 3* zufolge, oftmals erst mithilfe eines spezifischen persönlichen Vermittlungsprogrammes geweckt werden konnten.

Die Bestrebungen des Jüdischen Museums Wien, eine heterogene Besucherschaft erreichen zu wollen, wurden mir von *KuratorIn 2* ausführlich beschreiben: Menschen jüdischer Herkunft, sowohl Überlebende des Holocausts als auch deren Nachkommen, aber auch Nichtjuden, darunter auch Nachkommen von Nationalsozialisten, sollten sich mit der langen Geschichte der Jüdinnen und Juden in Wien auseinandersetzen können.

Überlegungen zur Problematik des Decodierens wurden entsprechend der akademischen Herkunft, der Theaterwissenschaft, formuliert:

KuratorIn 2: „Die Frage, warum können Leute schwer Inszenierungen lesen ist eigentlich schon spannend, weil die Besucher sind halt schon so ein Mittel zwischen Akteuren und Zuschauern und wir sind ja schon auf der inszenierten Fläche, also das heißt, dass wir nicht nur da sind und lesen sondern wir sind eigentlich Teil dieses gesamten Spiels weil wir uns auf dieser Fläche schon bewegen. Und ich glaube dass dieses Mittendrin sein schwieriger ist dann zu kapieren was hier vor sich geht, als wenn ich sitze und auf eine Bühne schau oder auf eine Kinoleinwand oder einen Fernseher und eine gewisse Distanz zum analysieren habe.“

KuratorIn 2 sah auch, wenngleich einige konkrete Ansätze bezüglich der Umsetzung dieser „Mission“ anführt wurden, davon ab, explizit Position für eine besucherfreundliche Aufbereitung zu beziehen, sondern ließ diplomatisch durch das Mitbedenken möglicher Gegenargumente den Spielraum für jedes weitere Schaffen offen. Unmissverständlich gab *KuratorIn 2* allerdings zu verstehen, dass die Entscheidung, was gezeigt und wie und für wen es codiert wird, letztendlich im Ermessen der KuratorInnen liegt.

KuratorIn 2: „Mh, also es ist natürlich immer von den jeweiligen Kuratoren, es gibt natürlich verschiedene, ah,..verschiedene Ansätze. Es gibt einen Ansatz der sagt, je mehr man schreibt, desto weniger denken die Leute selber, ich hab selber das Gefühl dass, also dass, habe schon auch selber das Gefühl, dass je mehr man weiß, desto mehr sieht man, also es gibt manche Dinge, die kann man nicht sehen weil einem also ein paar Komponenten des Wissens dazu fehlen. Und, gleichzeitig ist es aber wichtig, dass man die Dinge nicht zutextet, weil das lesen die Leute auch nicht. Es gibt so eine suggestive Art, dass man Information verteilt und mit mancher Information dann Brücken bauen kann, nicht, es ja nicht immer nur hilfreich, alles ganz genau hinzuschreiben, weil man ja dann wirklich wieder nur verhindert, dass man sich Dinge erarbeitet, ah..“

5.3 BesucherInnen und Museumsleute

Ein persönliches Aufeinandertreffen und somit die Möglichkeit einer direkten Kommunikation von Museumsangestellten und BesucherInnen findet in der Regel nur bei Führungen statt. Die Erwartungen an die Kommunikationsformen innerhalb einer solchen scheinen jedoch nicht immer dieselben zu sein.

Larissa: „[...]ich weiß nur, dass im ersten Stock da auch irgendetwas ausgestellt war, aber da sind wir gar nicht hingegangen, und das ist auch überhaupt nicht kommentiert worden, was dahinter liegt, und warum wir da nicht hineingehen, also, das hat mir ein bisschen gefehlt, ich hätte gerne gewusst, also dahinter befindet sich noch das und das, ahm, wir schaun' uns das jetzt nicht an, das wir auch vielleicht irgendwie angehalten worden wären, noch einmal zu kommen, und uns das dann beim nächsten Besuch anzuschauen [...]Es ist überhaupt nicht angeworben worden und bei der Typisch Jüdisch Ausstellung da haben wir auch irgendwie so eine Route gemacht und die restlichen Räume auch komplett ausgelassen, aber leider auch unkommentiert[...].“

Von Publikumsseite wurde eine passive Haltung eingenommen, Information, Attraktion und Animation sollten vom Museum ausgehen. Selbst bei speziellem Interesse hatten sich meine GesprächspartnerInnen, wenn überhaupt, nur in den seltensten Fällen unaufgefordert eingebracht.

Deshalb schien es mir relevant, die, wie ich es nenne, *Praxis des Fragens* näher zu beleuchten. Ein aktives Eingreifen in den Kommunikationsprozess, so meine These, würde selbstverständlich einen erheblichen Beitrag zur Informationsbeschaffung, hier noch mit individuellen Schwerpunktsetzungen, leisten. Wenngleich von den GesprächspartnerInnen verschiedene Optionen der Wissensgenerierung angeführt wurden, verblieben diese jedoch größtenteils, was die Interaktion mit dem Museumspersonal betraf, im hypothetischen Bereich.

Die erste Barriere, um Antworten zu erhalten, stellte die *Verfügbarkeit von kompetentem Personal* dar. Da es sich bei der privaten Besuchspraxis meiner Befragten um Individualbesuche handelte, stand in der Regel, wenn überhaupt, nur Aufsichtspersonal zur Verfügung.

Sarah: „[...] ja und natürlich gibt's vor Ort auch noch Personal das man fragen könnte, aber es wissen halt manchmal auch nicht alle, weil grade die, die sag ich jetzt mal Studenten, die nebenjobmäßig halt die Ausstellung betreuen und schauen dass die Leute nix angreifen, die wissen halt inhaltlich manchmal gar nicht so viel drüber.“

Persönliche Recherchen im Wien-Museum boten mir ein entsprechendes Bild, sowohl in der Dauerausstellung als auch in Sonderausstellungen gab das Aufsichtspersonal bereitwillig Informationen zur räumlichen Orientierung, konnte aber über konkrete, inhaltliche Anfragen keinerlei Auskunft geben.

Wenngleich auch in keinem dieser beobachteten Fälle auf das Angebot von Führungen verwiesen wurde, so stellt sie doch im Museum in der Regel die wichtigste Möglichkeit dar, mit sachkundigen Museumsleuten in Kontakt treten zu können. Doch auch diese Option erwies sich als tückisch. Im Fall von Führungen sind es *Verlegenheit und Unsicherheit* der BesucherInnen, die sie davon abhalten, coram publico Fragen zu stellen. Ein entsprechendes Ergebnis, wenngleich ohne Angabe von Gründen, findet sich auch bei Treinen, auch ihm zufolge würde trotz kompetenten AnsprechpartnerInnen kaum nachgefragt werden (Treinen 1996, S. 116).

Hans: „Weil, auch wenn man in einer Gruppe mitgeht und wenn die anderen nicht davon reden, dann glaub ich, dass es alle anderen wissen, nur ich net, dann scheint das denen irgendwie klar zu sein, oder sollte irgendwie klar sein [...]“.

Sich keine Blöße geben zu wollen, zeigte sich auch im Besonderen im Verhalten der TeilnehmerInnen der geführten Museumsbesuche im Rahmen der Lehrveranstaltungen. Selbst nach Aufforderung seitens der Kulturvermittlerin gab man sich (inklusive meiner Wenigkeit) speziell im Jüdischen Museum eher bedeckt. Dies mag wohl auch darin begründet sein, dass im Vergleich dazu im Wien-Museum der vertraute Lehrveranstaltungsleiter selber führte, andererseits der Vermittlungsstil im Jüdischen Museum beispielsweise von Hans als „schulmeisternd“ empfunden wurde. Nicht zuletzt mag auch an die heikle Thematik des Jüdischen Museums noch zusätzlich verunsichernd gewirkt haben. Strategien, um das bestehende hierarchische Gefälle und die dementsprechende Zurückhaltung aufzulockern, müssten infolgedessen von der Museumsseite ausgehen. Die alleinige Präsenz von AnsprechpartnerInnen bedingte meist noch kein Abweichen von einem reservierten Gebaren.

Hans: „[...] Außer es ist irgendwie, dass im Museum so angeboten wird, dass man sagt, da ist eine Person, wo man sieht, die freut sich, wenn man hinget und was fragt, des ist aber glaub ich net oft der Fall.“

Nicht nur dass etwas angeboten wird, sondern wie es angeboten wird, erwies sich bei dieser Bemerkung als entscheidender Faktor, die Schwellenangst sollte auch hier vom Museum ausgehend verringert werden.

Hinzu gesellt sich ein *mangelndes Interesse*, an Information zu gelangen. Nicht Verstandenes wurde eher ausgeblendet und nur dann relevant, wenn es zu Ungunsten des Gesamterlebnisses ausfiel. Da Museumsbesuche in der Regel nicht an einen vorgegebenen Wissenszuwachs gekoppelt wurden, schien es selbst den StudentInnen nicht von Bedeutung auf so manche Frage keine Antwort zu erhalten. Im Gegenteil, wurde doch sogar, bedingt durch das Bewusstsein um die vielfältigen Interessen und Kompetenzen der BesucherInnen, den KuratorInnen ein gewisses Maß an Verständnis für so manche verbliebene Lücke entgegengebracht.

Für einen nicht unbedeutenden Teil an Fragen suchte man selber nach Erklärungen, welche, wie sich zeigte, nicht unbedingt mit der intendierten Aussage der AusstellungsmacherInnen übereinstimmen mussten. Es handelte sich in manchen Fällen um *Vermutungen*, die zwar nicht gänzlich befriedigend aber ausreichend schienen, um das Gesehene zuordnen zu können. Als prägnantes Beispiel sei die bereits angesprochene Installation im Wien-Museum genannt, deren Aussage von keiner/keinem der Befragten auch nur annähernd decodiert werden konnte, selbst die TeilnehmerInnen an der Führung erinnerten sich nicht an die Erklärung, auch nicht daran, dass es sich um einen Teil einer vorangegangenen Sonderausstellung handelte.

Sarah: „Also mit dem ist es mir insofern jetzt nicht so gut ergangen, weil ich zuerst nicht kapiert hab, was das sein soll, weil ja nirgends darauf hingewiesen wird, was das ist, und ich hab mir gedacht, ‚ist das ein Baufehler?‘, weil wirklich ein Bild so halb noch hinter dieser Wand gehängt ist, und ich hab mir gedacht, das sieht ja überhaupt keiner mehr, der arme Mensch, der dieses Bild gemalt hat [beide lachen], wenn der das sieht, der kriegt wahrscheinlich alle Zustände [S. wirkt sehr amüsiert]“.

Am Beispiel des ausgestellten Folterrades im Wien-Museum Karlsplatz, welches meinen Beobachtungen zufolge nicht als solches, sondern als Wagenrad denotiert wurde, kann auch veranschaulicht werden, wie die Anknüpfung an bestehendes Vorwissen zu Fehlinterpretationen führen kann. Die „attracting power“ des scheinbar normalen Wagenrades mit der unauffälligen, am Rad montierten eisernen Klinge reichte für die flüchtigen Blicke der Vorbeigehenden nicht aus, um sie zum Verweilen bzw. zur Suche des kleinen, abseits des Objektes platzierten Text einzuladen.

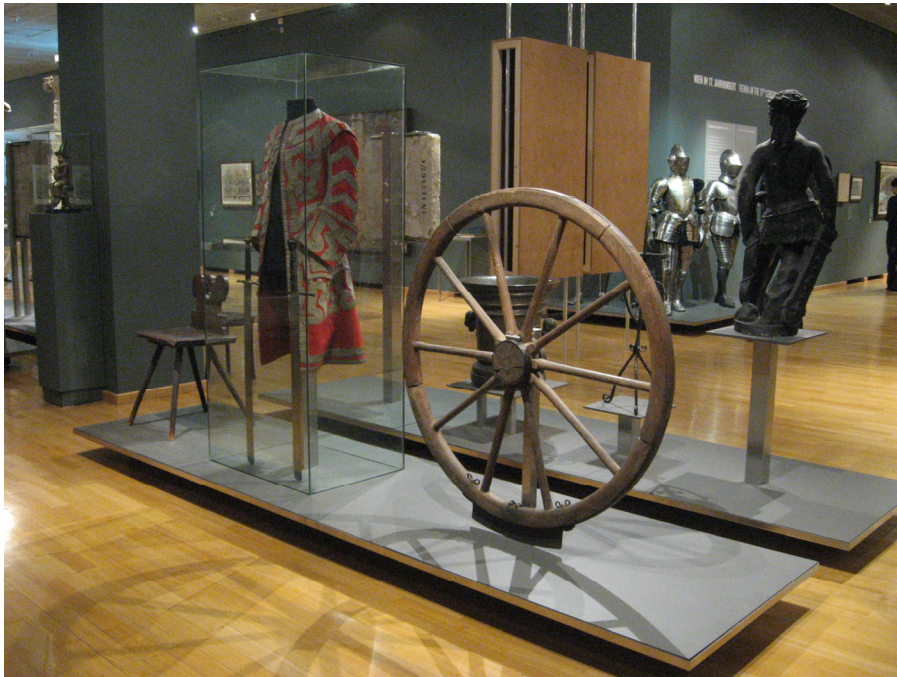


Abb. 4 Inszenierung zum Thema „Folter“, im Vordergrund das Folterrad; Wien-Museum

Last but not least muss aber auch jener Aspekt betrachtet werden, der als Basis für alle gestellten Fragen gesehen werden kann: man muss überhaupt wissen, dass es etwas zu fragen gibt. Wer über *kein ausreichendes Vorwissen* bzw. Anknüpfungsmöglichkeiten verfügt, kann sich darüber auch keine Gedanken machen und somit *keine Fragen entstehen* lassen (vgl. auch 5.2) Wenngleich dies, wie sich herausstellte, nicht als störend, da außerhalb der eigenen Wahrnehmung, empfunden wurde, sollten aber AusstellungsmacherInnen keineswegs dadurch animiert werden, nur jene, von der Mehrheit der BesucherInnen wahrgenommenen Hürden zu beseitigen. Vielmehr gilt es auch die von vielen BesucherInnen unreflektierte Metaebene, mitzubedenken, um dem Publikum neue Perspektiven und weitere Bedeutungsebenen eröffnen zu können. Das Konzept der ehemaligen Schausammlung des Jüdischen Museums Wien gab bezüglich der Interaktion mit dem Ausgestellten dem Publikum strenge Richtlinien vor, der Museologe Gottfried Fliedl schrieb in seinem Museumsblog, dass

„[...] [die Kuratorin der Ausstellung] nie einen Zweifel daran [gelassen hat], dass Popularität, Besucherfreundlichkeit, narrative oder mediale Attraktivität, nicht ihr wesentliches Ziel sind. Sie dreht bezüglich der "Besucherfreundlichkeit" die Verantwortlichkeit um: bei einem reflexiven Ausstellungskonzept muß auch der Besucher sich aktiv verhalten, sich einlassen wollen. Denn es wendet sich vor allem an Menschen, die bereit sind, sich verantwortlich der Geschichte zu stellen [...]“ (Fliedl 2010, <http://museologien.blogspot.com/2010/03/die-dauerausstellung-des-judischen.html>)

Allerdings schien mir diesbezüglich die Frage des Wollens nicht so sehr auf der Seite des Publikums zu suchen sein, sondern vielmehr auf der des Museums, das aufgrund schwerer Decodierbarkeit nicht einmal die einfachen Informationen, aber schon gar nicht jene subtilen Überlegungen, die dieser Präsentationsform angeblich zugrunde lagen, ohne erläuternde Führung vermitteln konnte. Verschiedene Formate von Führungen bildeten allerdings den Schwerpunkt der museumspädagogischen Vermittlungsarbeit, jedoch wie bereits erwähnt, wie in den meisten anderen musealen Einrichtungen auch, mit dem Schwerpunkt auf Kindern und Jugendlichen (Landsmann 2006, S. 129).

Mithilfe spezieller Führungskonzepte kann auch leichter eine partizipative Form der Annäherung an das Ausgestellte ermöglicht werden. Mit der aktiven Teilnahme sollen die BesucherInnen in die „Gestaltung eines künstlerischen Objektes oder kulturellen Prozesses“ (Giessner 2005, S. 85) einbezogen werden. Jene zur Partizipation einladenden Konzepte korrelierten allerdings auch nicht mit der von meinen befragten StudentInnen internalisierten Aneignung von Kultur, der über 150 Jahre im Museum kultivierten und praktizierten „Gebärde der Besichtigung“ (Rumpf 1995, S. 29), mittels derer zur Besichtigung Aufbereitetes und somit als wertvoll Erachtetes (passiv) bestaunt und (passiv) konsumiert wird und werden soll. Es bedarf einer großen Selbstsicherheit bezüglich des eigenen kulturellen Kapitals, um sich außerhalb der habituellen und vermeintlich noch immer gesellschaftlich vorgegebenen Verhaltensnormen unbefangen durch Museen zu bewegen. Auch begünstigen, wie sich herausstellte, Konzepte wie (Frontal)führungen eine unselbstständige und unkritische Kulturrezeption noch zusätzlich. (vgl. Schaffer 2011, S. 452-455)

Die Internalisierung einer bestimmten Rezeptionsform mit all ihren Geboten und Verboten konnte auch an der Intensität der Reaktionen festgemacht werden, wenn eine mögliche Durchbrechung derselben in Aussicht gestellt wurde. Als Beispiel sei hier die theoretische Möglichkeit einer haptischen Erfahrung im Museum angeführt. Wenngleich das Wissen um das Tabu stärker und somit hemmend wirkte, weckte bereits die Vorstellung, in einem Museum ein Original berühren zu können, Lust und Begeisterung. Sarah schätzte an der Präsentation der ständigen Schausammlung im Wien Museum Karlsplatz,

Sarah: „[...] dass viele Objekte freistehen und nicht in Vitrinen sind, also das hat mir auch ganz gut gefallen, es verleitet so ein bissl zum Angreifen, was man ja nicht sollte

[lacht], aber das ist mal, das hat irgendwie nicht so was elitäres, so ich weiß nicht, so das Objekt halt hinter dem Schaukasten, das schaut man andächtig an und dann geht man weiter, man kann sich irgendwie mehr rein versetzen, irgendwie näher, find ich.“

Ich fragte an anderer Stelle, was am Angreifen so schön wäre.

Sarah: „Ich weiß nicht, es kriegt eine neue Dimension, bei manchen Dingen kennt man natürlich das Material, bei manchen nicht so genau, und wenn man das dann anfassen kann, ich weiß nicht so genau, dann, ja dann wird es lebendiger, als ob man es mitnehmen könnte und zu Hause verwenden könnte, als das wozu es gedacht ist [lacht].“

Dem in den Gesprächsanalysen registrierten Wunsch nach passiver Rezeption steht jenes bereits erwähnte partizipative Ausstellungskonzept gegenüber, dem in der Ausstellungsgestaltung zunehmend Bedeutung beigemessen wird.

Argumentiert wird mit der Nähe zu alltagsähnlichen Konzepten wie dem Internet mit seinem Angebot von beispielsweise Social-Network-Seiten bzw. anderen Formaten, bei denen sich Nutzer aktiv mittels eigener Beiträge einbringen und austauschen können. Doch wurde bereits richtigerweise erkannt, dass sich auch im Internet, beispielsweise beim Upload von Youtube-Beiträgen, nur ein sehr geringer Prozentsatz aktiv einbringt, der Rest passiv aus dem Angebot konsumiert. Weshalb auch, aktuellem Rezeptionsverhalten gemäß, partizipative Elemente additiv, als bereichernde Ergänzung zu klassischen Ausstellungsformaten vorgeschlagen wurden. (Simon 2010, <http://www.participatorymuseum.org/chapter1/>). Vom Publikum allerdings einzufordern, es *müsse* sich aktiv verhalten, widerspricht nicht nur, wie sich in der Folge zeigen wird, den mit Freiwilligkeit verknüpften Freizeiterwartungen, sondern eigentlich auch dem Konzept einer partizipatorischen Ausstellungsgestaltung, die ja eigentlich den BesucherInnen durch die Möglichkeit, sich auch noch aktiv einbringen zu können einen zusätzlichen Spielraum für seine Bedürfnisse eröffnen möchte. Auch mit der Absicht, das übliche top-down-Gefälle von Museumsfachleuten und LaiInnen durchbrechen zu können (ebd.).

6 ZEIT im Museum

6.1 freie Zeit

Freizeit wird in unserer Gesellschaft im positiven Sinne vor allem mit „frei-sein“ assoziiert – frei von Verpflichtungen, ohne Zwang, Ungebundenheit, den eigenen Interessen nachgehen, zu denen Geselligkeit, Spaß, Erlebnis, aber auch Geborgenheit und Faulenzen gezählt werden können. Druck, Zwang, Enge, Einschränkungen und Unlustgefühle wie Enttäuschung oder Versagensängste haben in diesem Freizeitideal keinen Platz (Opaschowski 2008, S. 21f).

Nicht die gesamte Zeit jenseits der Arbeitszeit wird als Freizeit im Sinne vom frei-sein verstanden. Selbst die Zeit, die nach einem langen Arbeitstag der Erholung dient, wird kaum als echte Freizeit gewertet, da die Regenerationsphase eine Notwendigkeit darstellt, die keinen Platz für neue Erlebnisse oder Selbstverwirklichung bereithält (Opaschowski 2008, S. 27). Ebenso wenig jene, Opaschowski nennt sie „Obligationszeit“, die für Haushaltstätigkeiten, Behördengänge, familiäre und gesellschaftliche Verpflichtungen, wie beispielsweise ehrenamtliche Tätigkeiten, aufgewendet werden muss.

Mitte der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts kam es zu einem Bedeutungswandel, bei dem Freizeit der gleiche Stellenwert wie der Arbeitszeit zuerkannt wurde. Jedoch wird Freizeit ganz im Sinne der Leistungsgesellschaft nicht einfach als passive Ruhezeit verstanden, sondern als jene, die es gilt, produktiv zu nützen, allerdings zur Steigerung der Lebensqualität und des Wohlbefindens. Die zunehmende Erhöhung der Obligationszeit verursacht jedoch auch bei geringerer Arbeitszeit das Gefühl eines subjektiven Mangels an Freizeit, weshalb auch gegenwärtig nicht, wie oftmals in den Medien postuliert, von einer Freizeitgesellschaft gesprochen werden kann (Opaschowski 2008, S. 39).

Wenngleich in der gegenwärtigen Gesellschaft ein zunehmendes Ineinanderfließen von Arbeitszeit und Freizeit erkennbar wird (vgl. auch Immerfall/Wasner 2011, S. 58), so stimme ich doch mit der Prognose von Klara Löffler überein, wonach diese Tendenzen nicht zu einem Verschmelzen der beiden Bereiche führen werden, „sondern [diese] womöglich unter dem Druck von Flexibilisierung und Mobilisierung sogar deutlicher als bislang unterschieden und akzentuiert [werden]“ (Löffler 2002, S. 222).

Freizeit im Sinne von „frei verfügbarer Zeit“ wird demnach nach wie vor als kostbares Gut erachtet. „Langweilige Arbeitszeit“, so der Freizeitforscher Horst W. Opaschowski,

„gilt als verkaufte und bezahlte Lebenszeit, langweilige Freizeit aber wird als verlorene Lebenszeit empfunden“ (Opaschowski 2008, S. 226).

Jene Momente der Freizeit, in denen das negativ bewertete Gefühl der Langeweile aufzutreten droht, gilt es mit leicht verfügbaren Aktivitätsangeboten zu überbrücken. Das Bedürfnis freie Zeit mit „Sinnvollem“, „Erbaulichem“ auszufüllen, keine „Leerläufe“ entstehen zu lassen, lässt sich nur vor der Folie einer leistungsorientierten Gesellschaft erklären, in der Arbeit ein sehr hoher moralischer Stellenwert zugeschrieben wird. Diese Aussage steht nicht im Widerspruch zu den zuvor beschriebenen Tendenzen, dass der Qualität der Freizeit zunehmende Bedeutung beigemessen wird. Diese wird dennoch im Zeichen des Arbeitsethos bewertet. Auch die „nicht abreißende[] Diskussion um ‚Hochkultur‘ gegen ‚Trivialkultur‘ [wäre daran] festzumachen.“ (Stengel 1998, S. 27). Die dem Hedonistischen näher stehende Trivialkultur gelte es deshalb als „sozial unerwünscht zu klassifizieren“ (ebd.). Selbst im wissenschaftlichen Diskurs zum Thema Freizeit, würden, einer Analyse des Psychologen Martin Stengel zufolge, diese Wertzuschreibungen beim überwiegenden Teil der Freizeitforscher unhinterfragt vorausgesetzt werden. Umso weniger könne man auch erwarten, dass ein allgemeines Verständnis von Freizeit von „Arbeit“ losgelöst gedacht werden kann (Stengel 1998, S.42).

Die freie Zeit soll ausgefüllt also werden, wenn nötig auch mit Aktivitäten, die nicht an der Spitze der Bedürfnisliste rangieren. Bedingt durch regelmäßige Öffnungszeiten, kurzfristige Planbarkeit, wetterunabhängige Präsentation, relativ niedrige Kosten aber hohes kulturelles Prestige bieten Museen hierfür ein geeignetes Betätigungsfeld.

Hans: „Ach, ja, ich denk mir, Museum war halt etwas, was man hin und wieder in der Freizeit gemacht hat, was net so einen großen Stellenwert in meinem Leben eingenommen hat da,[...]“.

Wenngleich auch Freizeit im Sinne der kulturellen Wertzuschreibungen aktiv genutzt und ausgefüllt werden soll und auch wird und oftmals in regelrechten Freizeitstress ausufert, so wird auch im Freizeitverhalten die Kehrseite sichtbar, der, wenngleich nicht (je nach Lebensstil) gesellschaftlich gebilligt, eine große tatsächliche Bedeutung für den Freizeitbereich beigemessen wird - Passivität. Ein Gros der Nicht-BesucherInnen eines Museums wird nicht von konkurrierenden Freizeitangeboten abgeworben sondern verbleibt zuhause, vor dem Fernseher oder Computer und ist schwer zu mobilisieren, die

eigenen vier Wände zu verlassen. Neben der grundsätzlichen „Bereitschaft zu außerhäuslichen Aktivitäten in der Freizeit“ (Treinen 1996, S. 114), so meine Beobachtungen, bedurfte es einer zusätzlichen Motivation um passives gegen aktives Verhalten eintauschen zu wollen. Aktivität wurde auch meinen GesprächspartnerInnen zufolge nur dann in Ausstellungen positiv bewertet, wenn sie mit einer spielerischen, unterhaltsamen Komponente konnotiert werden konnten.

Generell wurden Informationsangebote seitens des Museums, ebenso wie im Fall der sozialen Interaktion, zugunsten jener Parameter abgelehnt, die einer geglückten Gestaltung von Freizeit hinderlich sein konnten. Dazu zählte *Entscheidungsfreiheit, Lust, Gemütlichkeit, Abwechslung und Unterhaltung*. Andererseits handelte es sich dabei auch genau um jene Indikatoren, die im Falle ihres Vorhandenseins in Ausstellungen positive Reaktionen hervorrufen konnten.

Rachel: „[...] mich hat es angesprochen, [...] dass die Texte zum Beispiel in dieser Folderform waren, dass man die mitnehmen hat können und [...]...also man hats schön gemütlich lesen können, das empfind ich als einen sehr großen Vorteil[...]“.

Dem *Wunsch nach Abwechslung* kam auch die Ästhetik der Präsentation in der Ausstellung des Jüdischen Museums entgegen. Unerwartete Darstellungsformen von Objekten, wie im Fall der Hologramme, wurden mehrheitlich mit Wohlwollen bedacht, ebenso die Idee, einer teilweise selbstständigen Erarbeitung der Inhalte. Erwünscht waren „Fragezeichen“, die Spannung aufbauten, jedoch nur als abwechselnder Reiz zur passiven Berieselung durch die Führung.

Diese Fragezeichen sollten vor allem ohne großen physischen oder intellektuellen Aufwand zu Antworten führen, keinesfalls sollte dadurch ein Gefühl der Unsicherheit oder Unzulänglichkeit entstehen können. Dazu zählten auch direkte Fragen der Kulturvermittlerin an das Publikum, sofern nicht im Sinne einer rhetorischen Frage die Antwort unaufgefordert mitgeliefert wurde.

Hans: „Also ich kann mich erinnern, dass die Führung schon so ein bissl schulmeisternd war, des war irgendwie nicht gut, wo man Leute nach ihrem Wissen fragt oder sowas, was man wissen sollte und dann doch nicht weiß, aber wissen sollte [lacht], unangenehm für den Besucher oder die Besucherin.“

Forderung war durchaus willkommen, aber keine Über- oder Unterforderung. Dies entspricht auch den Erkenntnissen der Psychologie, wonach es das Ziel ist, ein

Erregungsoptimum zu erreichen und zu erhalten, wobei dieses von Person und Situation abhängig ist. Der Psychologe Daniel E. Berlyne versteht unter aktivationswirksamen Reizarten „Affektive Reize, starke äußere Reize und innere Reize, etwa hervorgerufen durch Bedürfniszustände [...]“ (Berlyne 1974, S. 57). Bei Doehleemann wird noch in diesem Kontext in Anlehnung an Scitovsky die „Lust“ genannt, die mit den Spannungsveränderungen von Anspannung und Entspannung einhergeht, und somit diese Antriebskräfte verstärkt. (Doehleemann 1991, S. 83).

Die Beobachtung des Freizeitverhaltens abseits der Museen kann, Heiner Treinen zufolge, Aufschluss über die gewählte Besuchspraxis kultureller Einrichtungen ermöglichen. Das „Verhalten[...]der Menschen, die sich Massenmedien aussetzen“ nennt er „aktive[s] Dösen“ bzw. aufgrund der Mobilität innerhalb der Ausstellung „kulturelles window-shopping“ (Treinen 1996, S. 119). Ziel dabei sei es, „Daueranregungen zu gewinnen und aufrechtzuerhalten“ (ebd.), ein Mitgrund für die kurze Verweildauer vor den einzelnen Objekten. Treinen zerstreut die Besorgnis um einen mangelnden Lernerfolg mit dem Argument, dass selbst eine kurze Begegnung mit Bekanntem¹ reiche, um eine Vertiefung des Wissens zu ermöglichen (ebd.).

Wenngleich im Rahmen der Analyse der Fokus auf die Besuchspraxis der GesprächsteilnehmerInnen in ihrer Freizeit lag, so galt es jedoch untrennbar davon, jenen Aspekt mitzubedenken, der nicht selten der vorrangige Grund war, dass ein Museum bzw. eine Ausstellung aufgesucht wurde, jenen der „Pflicht“ im Rahmen der Ausbildung, dieser wird im Abschnitt 7.2 ausführlicher erörtert.

Doch selbst im Umfeld eines teilweise formellen Settings blieben zwei maßgebliche Aspekte aus dem Freizeitverständnis zur positiven Bewertung einer Ausstellung von Bedeutung – die Ausstellung, bzw. das Bildungsangebot sollte unterhaltsam sein, der Besuch sollte zu einem Erlebnis werden.

¹ Weshalb Treinen dies scharf von einem im Museum neu erlangtem Wissen unterscheidet, ist mir nicht ganz schlüssig, es wäre wohl hier eine exaktere Definition von „Vorwissen“ hilfreich. Wenngleich hier das Wissen nicht durch Wiederholung eingepreßt werden kann, so würde ich die Begegnung mit Neuem nicht nur als „blanke Abwechslung“ (Treinen 1996, S. 119) sondern auch als mögliche Basis für neues Vorwissen betrachten.

Bedenkt man die Tendenz eines zunehmenden Ineinandergreifens von Arbeit und Freizeit, so konnte ein verstärkter Anspruch auf Unterhaltung und Wohlfühl auch im Bereich der Verpflichtungen, als eine Bereitschaft, sich in der Freizeit anzustrengen, wahrgenommen werden.

Unterhaltung und Erlebnis, Begriffe, mit denen in Diskursen ganze Gesellschaften tituiert werden, können definitiv dem Freizeitsektor zugeordnet werden. Während ein Gros der Freizeitbetriebe intensiv den Unterhaltungswert und die Erlebnisgarantie ihrer Einrichtungen betont, bewerten Museen diese Attribute in unterschiedlicher Weise.

Nach Christine Bäumler wird in Museen der Unterhaltungsdiskurs hauptsächlich von zwei Perspektiven geprägt. Sie unterscheidet hierbei zwischen einem *additiven* Unterhaltungsbegriff, der Unterhaltung als Teil der Publikumsorientierung, als eine zusätzliche Möglichkeit einer zeitgemäßen Vermittlung der (vom Museum) gewünschten Inhalte verstanden wird, und einem *distinktiven* Unterhaltungsbegriff, der Unterhaltung einer oberflächlichen Freizeitgestaltung gleichsetzt, die eigentlich als Kontrast zu einem bildungsbürgerlichen Verständnis eines Museum dargestellt werden soll (Bäumler 2007, S. 45).

Larissa: „[...] ich [war] jedes Jahr in den Sommerferien, [...] bei den [...] Großeltern, [...] und in diesen drei Wochen, das war in Kärnten, [...], da hats immer riesiges Unterhaltungsprogramm gegeben, wo wirklich jeden Tag irgendetwas geplant und eingeteilt war, da haben sie sich wirklich viel Mühe gegeben, und im Zuge dessen sind wir auch viel in, in Museen gegangen,

Museen wurden von meinen GesprächspartnerInnen als Möglichkeit für Unterhaltung wahrgenommen, auch die Vermittlung von Wissen bzw. Bildung sollte auf unterhaltsame Weise erfolgen. Matthias, der wohl „habitualisierteste“ Museumsbesucher, betonte, dass eine Ausstellung „Spaß machen“ sollte, Sarah verwendete den Begriff „Spaßebene“, Hans nannte „Spaß“ in einem Atemzug mit Lust und Freude. Die tiefe und dauerhafte Freude wurde, beispielsweise von Waidacher, auch für Museen angemessen erachtet, während der kurzlebige Spaß in selbige niemals Einzug finden sollte (Waidacher 1999, S. 25 und 2000, S. 52). Inwieweit meine InterviewpartnerInnen die Begriffe Freude und Spaß gegeneinander abgrenzten ist ungewiss, jedoch wurde von ihnen Spaß mit Lust und Begeisterung konnotiert, starke emotionale Komponenten, die sicherlich als Indikatoren für eine Bereitschaft, sich mit dem Ausgestellten auseinandersetzen zu wollen, gewertet werden können. Dies würde auch den Erkenntnissen Chandler Screvens entsprechen,

demzufolge Unterhaltung nicht auf Kosten der Bildung erfolgen muss, sondern Bildung sogar aus dieser hervorgehen kann, wenn sich das Publikum aufgrund dessen bereitwilliger mit den Inhalten auseinandersetzt, wenn Unterhaltung „als Mittel zum Zweck eingesetzt wird“ (Screven 1993, zit. nach Waidacher 1999, S. 52).

6.2 Zeit fürs Museum

Der Theaterwissenschaftler Werner Hanak-Lettner betonte in seinem Buch „Die Ausstellung als Drama“ die besondere Stellung von Ausstellungsbesuchern im Gegensatz zu Rezipienten anderer kultureller Einrichtungen wie beispielsweise dem Theater, Kino oder Konzert, da sie über die „relative Freiheit“¹ verfügen, die Verweildauer in einer Ausstellung bzw. auch an einer bestimmten Stelle der Ausstellung selbst zu bestimmen. Eine Parallele konnte er allerdings zu den Lesern eines Buches feststellen, letztere würden aber gelegentlich Leseпаusen einlegen, während MuseumsbesucherInnen die Ausstellung in der Regel in einem Stück“ zu absolvieren versuchen (Hanak-Lettner 2010, S. 107).

Diese Beobachtungen stimmten auch mit dem Besuchsverhalten meiner GesprächspartnerInnen überein; Ausstellungen wurden, selbst unter Aufwendung der letzten körperlichen und geistigen Ressourcen, zur Gänze besichtigt.

Sarah: „Im Technischen Museum war ich, das war aber sehr anstrengend, weil ich versucht hab, das ganze Museum an einen Tag zu schaffen [lacht] und das ist wirklich eine Herausforderung, also die ganze Schausammlung und das oben, die Sonderausstellung „Macht Musik“, die hab ich mir leider zum Schluss angeschaut und war dann schon sehr fertig.[...]“

Dieses Verhalten, so meine These, lag darin begründet, dass natürlich einerseits das Interesse bzw. die Neugier² bestand, alles sehen zu wollen, aber auch die Annahme, sich

1 Die Bezeichnung „relativ“ beruht nach Hanak-Lettner darauf, weil die Inszenierung der Ausstellung die BesucherInnen in unterschiedlicher Intensität festzuhalten vermag (Hanak-Lettner 2010, S. 107).

2 Die „Befriedigung der Neugierde“ gepaart mit dem Fehlen eines „funktionale[n] Zweck[s] würde auch begründen, weshalb der Fokus auf der Besichtigung der ganzen Schausammlung und nicht auf der Auseinandersetzung mit einzelnen Objekten liegt (Treinen 1996, S. 117)

mit einem Besuch – was auch bedeutet mit der einmaligen Bezahlung des Eintrittsgeldes – einen Überblick über die gesamte Ausstellung schaffen zu können. Wenngleich diese verbreitete Vorstellung von einem Kurator als „naiv“ bezeichnet wurde, so steht die gängige Praxis¹ im Gegensatz zu der Tendenz von AusstellungsmacherInnen, sofern sie über ausreichende Ressourcen bezüglich Kapital und Räumlichkeiten verfügen können. Der Direktor des Wien-Museums, Wolfgang Kos erklärte in einem Interview gegenüber der Wiener Zeitung, dass eine Ausstellungsfläche von 2200m², die der derzeitigen Schausammlung entspricht, nicht mehr zeitgemäß wäre, sondern auf das doppelte vergrößert werden müsste (Wolfgang Kos im Gespräch mit Brigitte Borchhardt-Birbaumer und Julia Urbanek; Wiener Zeitung vom 14.7.2007).

Dass es sich bei solchen Projekten um repräsentative, prestigeträchtige Darstellungen des Museums aber auch der Stadt selbst handelt, und die Größe auch maßgeblich für eine Behauptung gegenüber der Konkurrenz sein kann ist durchaus nachvollziehbar, der Umgang der BesucherInnen mit den Inhalten solcher Großprojekte wird möglicherweise aus den Augen verloren. Die ohnehin limitierte Verweildauer und die damit verbundene Auseinandersetzung mit den Objekten könnten sich aufgrund dessen noch kürzer und oberflächlicher gestalten.

Die von meinen InterviewpartnerInnen genannte Verweildauer in Museen unterlag großen Schwankungen, welche bereits bei der Planung des Museumsbesuches zum Ausdruck kamen. Während Matthias sein Minimum nicht unter zwei Stunden festlegte aber auch mit einem Aufenthalt von mehr als vier Stunden rechnen konnte, war es für Rachel ein Bedürfnis, in der Langen Nacht der Museen, welche, abgesehen von Exkursionen bei Lehrveranstaltungen im wesentlichen als einzige Option genutzt wurde, möglichst viele Museen zu besichtigen.

Henriette: „Wie lange seid ihr da immer unterwegs, die ganze Nacht oder...?“

Rachel: „Die ganze Nacht, ja. Also wir reizen's wirklich aus [lacht], von achtzehn Uhr bis, wir würden uns eigentlich wünschen, dass es länger wäre, wirklich die Nacht lang...“

¹ Wohl auch von ProfessionistInnen; *KuratorIn* 3 besichtigte, seit im Besitz einer ICOM Card, die einen Gratisbesuch aller Ausstellungen ermöglicht, gerne die Ausstellungen großer Museen etappenweise. Die Betonung dieser Vorgehensweise implizierte, dass es sich hierbei um keine Selbstverständlichkeit handelte. Angebote wie Saisonkarten können dieser Praxis auch förderlich sein, ihr Erwerb setzt jedoch bereits ein besonderes Interesse an einem bestimmten Museum voraus.

Henriette: „Welche Highlights merkt man sich eigentlich, wenn so viel hintereinand kommt?“

Rachel: „Das hab ich mich auch schon manchmal gefragt. Man vergisst dann ja schon hin und wieder, das hat man ja auch gesehn, ha,...ich mach mir nämlich immer eine Liste vorher von den Museen, die ich mir gern anschauen würd und eine von danach, die wir uns wirklich anschaut haben.“

Für einen durchschnittlichen Museumsbesuch werden etwa eine bis eineinhalb Stunden, in den seltensten Fällen mehr als zwei Stunden veranschlagt (vgl. Hanak-Lettner 2010, S. 113; Waidacher 1999, S. 59). Unabhängig von der Dauer des Aufenthaltes wird man jedoch, wie *KuratorIn 2* bemerkte, von allen zur Antwort bekommen „das Museum gesehen zu haben“.

Der Faktor Zeit oder besser gesagt der Mangel an selbiger wurde auch des Öfteren als Grund angeführt, eine Ausstellung nicht besucht zu haben. Einerseits bietet besonders der städtische Raum tatsächlich eine Vielzahl an anderen Möglichkeiten, die Freizeit zu gestalten, andererseits schien sich das Argument des Zeitmangels, gepaart mit einem verbalen Ausdruck des Bedauerns als legitime Rechtfertigung für das Fernbleiben zu erweisen.

Henriette: „Wien Museum, warst du schon einmal dort?“

Rachel: „Leider noch nicht, ist sich irgendwie nicht ausgegangen“.

In keinem Fall wurde mangelndes Interesse als Begründung genannt. Dies führe ich darauf zurück, dass Museum als eine Institution der Hochkultur verstanden wurde, und sich meine InterviewpartnerInnen ihrer Rolle als angehende „KulturwissenschaftlerInnen“ besonders verpflichtet fühlten, einem Museumsbesuch zumindest scheinbar den Vorzug gegenüber anderen Freizeitpraktiken geben zu müssen. Die Intensität des Bedauerns stand diametral zu den tatsächlichen Museumsbesuchen und somit auch zu dem Grad einer Internalisierung bzw. Habitualisierung dieser Praxis.

Ähnliche Ergebnisse erbrachte eine Untersuchung des UK's Department of Culture, Media and Sport, von 29,2% der Befragten wurde Zeitmangel als Begründung genannt, ein Museum nicht zu besuchen. Aber auch hier vermutete der britische Historiker und Publikumsforscher Graham Black, dass es vorrangig nicht um einen tatsächlichen Mangel

an Zeit gehe, sondern dass es sich vielmehr um einen Mangel an Interesse handle um sich Zeit nehmen zu wollen (Black 2007, S. 64).

Hans-Joachim Klein erkannte ebenfalls dieses Phänomen und die daraus resultierende Problematik für die Publikumsforschung, dass ein direktes Nachfragen nach der Anzahl von Museumsbesuchen ein beschönigendes Ergebnis verursachen würden, da kaum ein „Intellektuelle[r] [...] schon gerne zu[gibt], ein ‚Museums muffel‘ zu sein“ (Klein 1990, S. 300). Er empfahl deshalb PublikumsforscherInnen, die Frage dahingehend zu formulieren, dass die Befragten den Faktor Zeit als Entschuldigung einbeziehen konnten („Wie oft kommen Sie überhaupt dazu...?“) (Klein 1990, S. 300) ¹.

Scheinbarer Zeitmangel wurde nicht nur von den BesucherInnen, sondern auch mehrmals seitens der KuratorInnen² bekundet. Von ihnen wurde ein solcher als Begründung angeführt, um eine Vorabevaluation nicht mehr durchführen zu können. Der Zeitdruck der KuratorInnen vor der Ausstellungseröffnung wurde von ihnen als Selbstverständlichkeit präsentiert, die man nicht zu ändern imstande wäre. Ich werte dies ebenso als Rechtfertigung und Indiz für eine Geringschätzung der BesucherInnenmeinung, deren Erfassung scheinbar an letzter Stelle rangiert. Das könnte allerdings auch so interpretiert werden, dass die KuratorInnen bestrebt waren, ihr eigenes Werk, die Ausstellung, soweit wie möglich unbeeinflusst und unhinterfragt belassen wollten. Letztendlich könnte das Nicht-Einbeziehen von dazu beauftragten BesucherforscherInnen darauf hinweisen, dass nicht nur das symbolische sondern auch das ökonomische Kapital in den eigenen Reihen verbleiben sollte. Eine derartige Äußerung zeugt aber auch von dem Wissen darüber, dass zumindest Interesse am Publikum bezeugt werden sollte.

Nicht nur das (tatsächlich limitierte) Budget an frei verfügbarer Zeit sollte im Zusammenhang mit Ausstellungen diskutiert werden, sondern, das Publikum betreffend,

1 Bemerkenswert hierzu sind auch die Ergebnisse einer Umfrage des Berliner Zentrum für Audience Development aus dem Jahre 2007, wonach jene Museen, die eine Publikumsforschung durchführten als zweithäufigsten Barriere für die praktische Umsetzung der Ergebnisse einen Mangel an Zeit nannten. (http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/zad/media/Besucherforschung_ZAD.pdf, S.23)

2 Es handelte sich um KuratorInnen aus renommierten Museen in Wien, jedoch nicht aus jenen, die für die Ausgangsbeispiele herangezogen wurden.

auch jenes der psychischen bzw. kognitiven aber auch der physischen Belastbarkeit. Erschöpft sich dieses, tritt jenes Phänomen zum Vorschein, welches bereits in den 1910er und 1920er Jahren von den Besucherforschern Benjamin Gilman und Edward Robinson erkannt und als ein abnehmendes Interesse der Besucher an der Ausstellung mit zunehmender Verweildauer beschrieben wurde – die „Museums fatigue“ (Davey 2005, S. 17).

Meinen InterviewpartnerInnen zufolge konnte deutlich ein Zusammenhang zwischen Interesse und dem Auftreten körperlicher bzw. geistiger Erschöpfung festgestellt werden. Einerseits zeigte sich ein reduziertes Interesse aufgrund der erreichten Belastbarkeitsgrenze, andererseits konnte aufgrund starken Interesses der Zeitpunkt, ab dem diese Grenze erreicht wurde, verzögert werden.

6.3 gefühlte Zeit: Langeweile

Über Langeweile zu sprechen ist gar nicht so selbstverständlich, könnte ihre Erwähnung im Zusammenhang mit musealen Präsentationen durchaus auch mit mangelndem Interesse an Kultur assoziiert werden. „Wer sich langweilt – so die landläufige Überzeugung – weiß nichts mit sich und der Welt anzufangen oder will nichts damit anzufangen wissen“ (Kern 2009, S. 9).

Der Begriff war auch in all den genannten Zusammenhängen negativ konnotiert, keine der Aussagen meiner GesprächspartnerInnen bezogen sich auch nur annähernd auf die Muße, die positive, schöpferische Kraft der Langeweile (Kern 2009, S. 179). Im Gegenteil, das für sie unangenehme Gefühl wurde sogar wiederholt mit dem körperlichen Symptom, der Müdigkeit, in Beziehung gebracht.

Larissa: „Bei einer Führung ist es aber auch so, dass ich jemand bin, der sehr schnell müde wird und der dann irgendwie auch nicht mehr aufmerksam sein kann,[...]“

Mehrmals wurde in den Interviews das Aufkommen von Langeweile im Zusammenhang mit Führungen genannt. Diese (vertikale) Einweg-Kommunikation ist, der Psychologin Maria T. Kern zufolge, geradezu prädestiniert um Langeweile auszulösen, werden doch die EmpfängerInnen in eine sehr passive, Rolle gedrängt, die nur erträglich erscheint, wenn gerade die Bereitschaft besteht, sich ohne aktives Zutun „berieseln“ zu lassen

(Kern 2009, 111f). Die Entscheidung für letzteres mag wohl in den meisten Fällen vorhanden gewesen sein, nicht aber jene, sich der Situation ohnmächtig ausliefern zu müssen.

Rachel: „Bei Führungen bin ich eingeschränkt, da muss ich mich an das Tempo der Gruppe halten, das ist noch ein Aspekt, der mir persönlich nicht passt eigentlich, [lacht] na manchmal möchte ich Sachen auslassen oder interessieren mich überhaupt nicht, und wenn die Guides dann eine Viertelstunde darüber reden, dann langweil ich mich zu Tode... Ist einfach nicht genug Selbstbestimmung, so eine Führung [lacht].“

Reagiert wurde in der Regel mit Flucht, sei es nur durch gedankliche Abschweifungen oder durch körperliches Entfernen aus der langweilenden Situation:

Larissa: „[...]Ich hab mich dann ein bisserl von der Gruppe abgesetzt, weil ich konnt auch nicht mehr zuhören, da war wirklich viel, viel, viel Gerede, und hab mirs dann ein bisschen selbst angeschaut, und, ahm,... mir ist leider so vom Inhalt von dem Raum nicht mehr so viel hängen geblieben.“

Es zeigte sich an diesem Beispiel auch, dass es für die Person selbst gar nicht mehr so einfach ist, sich aus diesem niedrigen Aktivationsniveau zu befreien. Dazu bedurfte es wieder eines starken Stimulus, den meine Interviewpartnerin Larissa erst einen Raum später in Form einer landkartenförmigen Vitrine mit haptischer Aufgabenstellung finden sollte:

Larissa: „Also das ist mir sehr positiv in Erinnerung geblieben, dass ich diese Landkarte abgehe, diesen Tisch, der so ausgeschnitten war, und dass ich immer nachgeprüft habe-stimmt das jetzt überhaupt, ist da jetzt dieses Land im Nordosten von Europa, also das war so ein kleines bisschen aktiv, man musste diese Schildchen erstmal in die Hand nehmen, damit man sie lesen kann, das hat mit wirklich sehr gut gefallen, die Idee war super, [...]“

Ganz im Gegensatz zum Gefühl der Langeweile könnte hier sogar von einem flow-Erlebnis die Rede sein. Der Psychologe Mihaly Csikszentmihaly beschrieb dies als jenes freudige Gefühl, bei dem eine Person im Tun aufgeht, welches aber nur entstehen kann, wenn weder eine Über- noch eine Unterforderung bestehen, es handelt sich um einen „Prozess vollständigen Einseins mit dem Leben [...], [einen] Zustand, bei dem man in eine Tätigkeit so vertieft ist, dass nichts anders eine Rolle zu spielen scheint“ (Csikszentmihaly 2010, S. 14-19).

Im Wesentlichen kann zwischen einer Neigung zur Langeweile aufgrund bestimmter Persönlichkeitsmerkmale als ein habituellem Zustand (Trait-Langeweile) und zwischen

dem Erleben von Langeweile aufgrund einer bestimmten Situation (State- oder situative Langeweile) unterschieden werden (Kern 2009, S. 179). Unterschiede zeigten sich auch bei meinen GesprächspartnerInnen bezüglich des Empfindens und der Darstellung von Langeweile. Abgesehen von den direkten oder indirekten Äußerungen konnte auch eine unterschiedliche Intensität bezüglich des Leidensdrucks festgestellt werden. Auffällig schien hierbei, dass bei jenen Personen, die aufgrund ihrer persönlichen Vorlieben nur mäßiges Interesse an den ausgestellten bzw. erzählten Inhalten mitbrachten, nicht die nötige Stimulation erreicht werden konnte, um dem Gefühl der Langeweile entgehen zu können. Ebenso wirkten Unterschiede zu ihrer freiwilligen Besuchspraxis aber auch die Intensität ihrer Stimuli im Alltag auf die Situation in den Ausstellungen, sie wurden zum Teil auch als solche erkannt und verbalisiert:

Rachel: „[...]Ich bin vielleicht da sehr extrem, auch durch die Art wie ich aufgewachsen bin, ich brauch wirklich so viel Abwechslung und Unterhaltung, ich langweil mich wahnsinnig schnell, also ich langweil mich oft schon nach fünf Minuten, da ist es extrem schwer, mich zufriedenzustellen auch, wirklich zufrieden zu stellen. [...] Ja, ich hab eigentlich immer Ferngesehen, immer Videospiele gespielt, und da war immer was los und immer was Neues und es wird nicht langweilig, ja und das hab ich halt so übernommen.“

Jedoch war es weit mehr als mangelndes Interesse oder mangelnde Reize welche mit dem Gefühl der Langeweile assoziiert wurden. Langeweile wurde auch mit Enttäuschung und Überforderung in Verbindung gebracht, sie kann sich, was den kognitiven Aspekt betrifft, sowohl in Unter- aber auch als Überforderung äußern (Kern 2009, S. 179).

Hans: „[...] weil ich glaub' es gibt nichts langweiligeres, als in ein Museum zu gehen und rauszugehen und pffh, ich hab nichts verstanden, was wollts ihr mir da sagen, oder eigentlich nur das reproduziert was man sich eh erwartet hat,[...]“

Da Museumsbesuche meist im Rahmen der Freizeit stattfinden, wird, wie bereits besprochen, die durch Langeweile „entschwundene“ Zeit als besonders intensiv erlebt. Auch hier gilt es wieder, der unangenehmen Situation so schnell wie möglich zu entkommen, das Tempo wird erhöht, die Ausstellung mit Riesenschritten verlassen.

Interessant erschienen mir die von Doehlemann genannten Situationen, die für die situative Langeweile von Kindern ausschlaggebend wären. „Die eine ist durch Handlungsbescheidung gekennzeichnet, die andere durch Wechselbeziehung mit anderen Menschen“ (Doehlemann 1991, S. 136). Sie ließen sich auch in Bezug auf Erwachsene sehr gut auf die Gegebenheiten in Museen übertragen.

Die Handlungsbescheidung zeigte sich vorwiegend im Rahmen von Führungen, während die mangelnden Wechselbeziehungen sowohl in Führungen, aufgrund der praktizierten Kommunikationsform aber vielmehr bei den IndividualbesucherInnen anzutreffen waren. Ihr Problem lag darin, dass sie mit den nicht decodierbaren Objekten „alleingelassen“ wurden und somit auch kein bzw. ein mangelhafter Dialog zwischen ihnen und dem Exponierten stattfinden konnte.

Museen haben es diesbezüglich ohnehin nicht einfach, eilt ihnen doch noch oftmals der Ruf voraus, langweilig und „verstaubt“ zu sein. Ganz besonders zeigte sich dies in informellen Gesprächen mit Bekannten meiner Altersgruppe, die seit ihren Pflichtbesuchen im Rahmen der Schule kaum mehr ein Museum von innen sahen.

Das Wissen um diese weit verbreitete Vermutung unter museumsfernen Publikumsschichten führt auch nicht zuletzt dazu, dass hunderte Internetseiten der Suchmaschine Google mit Einträgen von musealen Einrichtungen gefüllt werden konnten, die explizit damit werben, dass in ihrem Haus dank unterhaltsamer Vermittlungsprogramme für Klein und Groß keine Langeweile aufkommen würde.

Erstaunlicherweise zeigte sich aber auch in den Gesprächen meiner doch jüngeren InterviewpartnerInnen, die während ihrer Schulzeit bereits an gezielteren Vermittlungsprogrammen teilnehmen durften, dass diese Museumsbesuche kaum anregende Erinnerungen hinterlassen hatten und im Gegensatz zu der innerfamiliären Besucherpraxis, auch in keinem Fall als Basis für ihre weitere „Besucherkarriere“ erachtet wurden. Ganz im Gegenteil schien die Gruppendynamik eher eine Demotivation begünstigt zu haben, fand das ganze doch im Rahmen von „Schule“ statt, welche nicht selten selber als Synonym für Langeweile verstanden wird.

Bedenkenswert in diesem Zusammenhang erschien mir auch der Ansatz von Kern, wonach „Schullangeweile bezüglich spezifischer Fächer bzw. Inhalte gleichsam ‚generalisiert‘ [wird]“ was zur Folge hat, dass diese Themen „auch im Rahmen der künftigen Weiterbildung abgelehnt werden, weil sie a priori mit Langeweile assoziiert werden.“ (Kern 2009, S. 158). Wahrlich ein Teufelskreis, auch für die Museen.

Als letzten Auslöser für eine im Museum aufkeimende Langeweile wurde das Vorhersehbare, der Mangel an neuen, überraschenden Ereignissen genannt (vgl. auch Opaschowski 2008, S. 231).

Hans: „[...] wenn ich durchgeh' und es ist mir langweilig oder ich versteh das nicht, oder triff sowieso nur auf das was ich mir erwartet hab', dann bin ich wahrscheinlich eher enttäuscht, sag' ich jetzt einmal. [...]"

Auch hier geht es, der Analyse zufolge, wieder um einen Ausgleich zwischen Bekanntem als Bestätigung des eigenen Wissens und als Anknüpfungspunkt, und dem Unerwarteten, Neuem, und sehr wohl auch dem Irritierenden, sofern dieses selber oder mithilfe der Ausstellungsdidaktik aufgelöst werden kann.

Wie zu Beginn des Abschnitts erwähnt, ist es in unserer Gesellschaft nicht unbedingt angenehm und erstrebenswert, sich selbst mit Langeweile in Verbindung zu bringen. Es zeigte sich dementsprechend in den Aussagen, dass die Verantwortung für das Aufkommen von Langeweile letztendlich der Institution bzw. den AusstellungsmacherInnen zugeschrieben wurde. Eine hohe Anfälligkeit für Langeweile sollte diese vielmehr zu kurzweiligeren, abwechslungsreicheren und unterhaltsameren Inszenierungen motivieren.

Dies führt mitten in den Diskurs, inwieweit dies überhaupt Aufgabe eines Museums sei, insbesondere, solange „Bildung“¹ und „Unterhaltung“ als Gegensätze verstanden werden, aber in weiterer Folge auch zu der Frage der Zuständigkeit, wer von den AusstellungsmacherInnen womit beauftragt werden sollte.

In Abgrenzung zum eigenen Aufgabenfeld der KuratorInnen werden in der Regel die GestalterInnen, ArchitektInnen, DesignerInnen und GrafikerInnen, mit der Aufgabe Unterhaltung zu bieten, ein Erlebnis zu schaffen, betraut. Diese Tätigkeitsfelder werden seitens der wissenschaftlichen Mitarbeiter als eine wirtschaftliche Überlebensstrategie, als „notwendige Anpassung an den liberalisierten Kulturmarkt“, als „Zwang zur Unterhaltung“ (Wersing 2007, S. 63) verstanden.

Allerdings besteht im Falle einer weitgehenden Aufgabentrennung auch die berechtigte Sorge, dass zunehmend (vor allem finanzielle) Ressourcen an hausferne MitarbeiterInnen

1 was auch immer unter diesem Begriff subsummiert wird

aus dem Gestaltungsbereich aufgewendet werden, was letztendlich zu einer weiteren Vernachlässigung der anderen musealen Aufgabenfelder, wie dem Sammeln, Bewahren und Forschen, führen könnte.

„Der Institution ‚Museum‘ muss es daher gelingen, eine Position im Spannungsfeld von Bildung und Unterhaltung, von Lernort und Freizeitraum, von Bewahren der materiellen Hinterlassenschaft und ihrer gezielten Vermarktung zu finden“ (Nies 2007, S. 10)

Mit Begriffskombinationen wie „unterhaltsame Bildung“ oder „edutainment“ soll die Gegensätzlichkeit aufgelöst werden (Wersing 2007, S. 63), jedoch gilt es zu bedenken, dass diese Begriffe sehr stark ambivalent wirken und bei oftmals dichotomen Denkweisen nur ein geringes Maß an Überzeugungskraft in sich tragen.

7 INTERESSE am Museum

7.1 Begeisterung

„Es gibt nichts Uninteressantes, nur uninteressierte Menschen“. Geflügelte Worte, deren Bedeutung meine InterviewpartnerInnen sich besonders dann in den Sinn zu rufen schienen, wenn es darum ging, mangelndes oder fehlendes Interesse an Dingen oder Ideen zu bekunden, die sich scheinbar konstituierend für die Identität von angehenden KulturwissenschaftlerInnen erweisen konnten. So wurden manche Aussagen meiner InterviewpartnerInnen, die einen gewissen Unmut oder Desinteresse gegenüber den jeweiligen Inszenierungen erahnen ließen, mit einem relativierenden Schwenk beschwichtigt. Erst die Kontextualisierung der gesprochenen Worte mit den entsprechenden beobachteten Handlungen bzw. mit anderen, im Gespräch getätigten Erzählungen ließ Brüche sichtbar werden. Larissa, die ihr Bedauern darüber ausdrückte, dass im Zuge der Führung zu wenige Informationen an sie herangetragen wurden, sprach sich kurz darauf positiv für eine aktive Annäherung an das Gezeigte aus:

Larissa: „[...]Es ist überhaupt nichts angeworben worden und bei der Typisch Jüdisch Ausstellung da haben wir auch irgendwie so eine Route gemacht und die restlichen Räume auch komplett ausgelassen, aber leider auch unkommentiert....Wo waren wir, bei dem Konzept mit dem Silbertablett (lächelt), ahm, ja das stimmt, dass sie das tun. ...Ich, ich weiß nicht. Also vielleicht ist es auch grade beim Thema Judentum ganz spannend, das so zu handhaben...“

Andere Äußerungen hingegen waren eindeutig, sie zeugten von einer besonderen Qualität: Wenngleich sie sich oberflächlich nur wenig von den übrigen im Ergebnis zu unterscheiden schienen, wohnte ihnen ein charakteristisches Merkmal inne, das bei genauer Analyse von Worten und Tonfall deutlich zum Vorschein kam – sie waren Ausdruck von *Begeisterung*.

In Sarahs Fall war es der Bezug der Exponate zu ihrer eigenen Lebenswelt. Das persönliche Wiederfinden in den Objekten oder Themen kann einen starken Anreiz für eine Auseinandersetzung im Ausgestellten bieten, das Interesse an der eigenen Person kann hierbei als Leitmotiv gewertet werden. (Schuck-Wersig/Wersig 1996, S. 161)

Sarah: „[...] z.B. im Naturhistorischen Museum, da war diese Ausstellung über Darwin [...]also weil es um Evolution ging, so Fortpflanzung und Anlockung der Sexualpartner, da hat es so eine kleine Vitrine gegeben mit einem roten Lippenstift, Stöckelschuhen und einem AXE-Deospray, und das war einfach so toll [lacht], und ich bin einfach stehen geblieben und hab mir gedacht ‚was soll das?‘, und ich finde, das lockert das Ganze dann

auf, das ist dann nicht so dieses hochwissenschaftlich, sondern mehr eigentlich auch, dass das einem im Alltag auch begleitet, das Ausstellungsthema, und das find ich auch sehr wichtig.“

Rachel: „Experimentieren und rumspielen [lacht] ...da kommt das Kind in mir durch. Das hab ich auch in England, im Science Museum sehr geliebt, dass man überall hat ausprobieren können, ja, alles angreifen konnte und rumspielen konnte wie man wollte.“

Superlative aber auch die Verwendung umgangssprachlicher Attribute wie „cool“ oder „lässig“, beschleunigter und ungebrochener Redefluss, ähnlich dem Flow-Gefühl während des Erlebens, zeugten von starker emotionaler Beteiligung.

Wodurch aber wurde diese Begeisterung bei meinen InterviewpartnerInnen ausgelöst? Neben dem bereits genannten Wiedererkennungswert bzw. Identifikationswert des Ausgestellten handelte es sich um Beispiele, die den Kategorien Unterhaltung, Spaß bzw. Freude, Spiel und Überraschung bzw. Abwechslung zugeordnet werden konnten.

Auch die Bereitschaft, sich mit ergänzenden Medien auseinanderzusetzen bzw. diese käuflich zu erwerben, wurde an die Intensität des Interesses an der Materie gebunden. Idealerweise bedingte dieses Interesse schon die Wahl des Ausstellungsbesuches, konnte aber auch erst vor Ort geweckt werden.

Rachel: „Wenn ich Blut geleckt habe [...] und ich wissen will, woher was ist, warum das so war jetzt, dann [kaufe ich] schon [einen Katalog].“

Diese starken Reize, seien sie auf kognitiver oder emotionaler Ebene, wurden intensiver erlebt und memoriert. Dies entspricht auch dem naturwissenschaftlichen Ansatz des Neurobiologen Gerald Hüther, ihm zufolge werden Begebenheiten, die Gefühle der Begeisterung hervorrufen, viel intensiver verarbeitet und gespeichert.

„Jeder kleine Sturm der Begeisterung führt gewissermaßen dazu, dass im Hirn ein selbsterzeugtes Doping abläuft. So werden all jene Stoffe produziert, die für alle Wachstums- und Umbauprozesse von neuronalen Netzwerken gebraucht werden. So einfach ist das: Das Gehirn entwickelt sich so, wie und wofür es mit Begeisterung benutzt wird.“ (<http://www.gerald-huether.de/populaer/veroeffentlichungen-von-gerald-huether/texte/begeisterung-gerald-huether/index.php>)

Allerdings wurden auch irritierende Erlebnisse, also nicht eindeutig positiv bewertete Ereignisse, sehr genau memoriert. Nahezu allen meinen GesprächspartnerInnen war es mit erstaunlicher Präzision möglich, die Geschichte rund um die Inszenierung der verrotteten Gegenstände im Schaudapot des Jüdischen Museums wiederzugeben. Daraus ergab sich der Schluss, dass durchaus auch Irritationen sehr effektiv für eine eingehendere

Auseinandersetzung mit dem Gezeigten genutzt werden konnten, allerdings unter der Voraussetzung, dass sie für die BesucherInnen letztendlich einen Sinn ergaben und somit erzählbar wurden, sei es aufgrund eigener Kapazität oder, wie im besprochenen Falle mit Hilfe einer didaktischen Anleitung. Dementsprechend konnten auch intensive Gesamteindrücke eines Museumsbesuches, wenngleich manchmal auch negativ bewertet, eindringlich im Gedächtnis haften bleiben, sie waren es auch, die in Folge noch besprochen wurden.

Rachel: Also ich geh eigentlich immer mit Freunden, wir reden schon drüber – hin und wieder, aber nachher mit anderen nur wenns mir wirklich gefallen hat oder wenns so extrem schlecht gefallen hat, dass ich andere davor warnen will hinzugehen [lacht] ...

Während bei konkreter Nachfrage keine negative Erinnerung exemplarisch genannt werden konnte oder wollte, wurden positive Ereignisse umso detaillierter beschrieben:

Rachel: „Nein, also so extrem schlecht habe ich eigentlich noch keine gefunden, was mir sehr gut gefallen hat war diese CSI-Experience-Ausstellung, wo man Tatortermittlungen durchführen konnte, ...das war beim Prater in der Nähe...ich weiß jetzt nicht über wen oder was das grennt ist, die war recht lässig, weil da hat man drei Fälle gehabt, die hat man lösen können, man hat viel ausprobieren können, die war schön dynamisch und schön zum erleben...“

Die Vermutung liegt nahe, dass die Ursache für dieses Verhalten darin begründet lag, dass man als semiprofessionelle¹ KulturwissenschaftlerInnen nicht unverhohlen Kritik an den Profis üben wollte, ganz besonders dann, wenn nicht eindeutig geklärt war, wie deren Arbeit innerhalb der Disziplin bewertet wurde. Bei Matthias konnte jedoch an manchen Stellen eine dezidiert ablehnende Haltung beobachtet werden, was speziell in seinem Fall als Indiz für sein gefestigtes Selbstverständnis als kompetenter Wissenschaftler gedeutet werden kann. Ein anderes Argument, weshalb selten eine schlechte Beurteilung eines Museums erfolgte, wäre jenes, dass keine hohen Erwartungen an die Ausstellungen herangetragen wurden und diese somit auch nicht zu sehr enttäuscht werden konnten. Allerdings, so meine These, stehen für solche Museen die Chancen recht schlecht, ein zweites Mal aufgesucht bzw. weiterempfohlen zu werden.

¹ semiprofessionell deshalb, weil es sich zwar um angehende KulturwissenschaftlerInnen handelte, diese aber noch nicht professionell etabliert waren.

Die Worte der Begeisterung zeichnen eine Ausstellung hingegen aus, sie machen den ZuhörerInnen Lust darauf, diese selbst zu erleben. Auch aus ökonomischer Perspektive erweisen sich in diesem Zusammenhang jene Ergebnisse von Publikumsforschungen als relevant, welche besagen, dass viele Museen gerade mithilfe der MehrfachbesucherInnen ihren Besucheranteil halten bzw. steigern können. Argumentiert wird damit, dass der Bevölkerungsteil, der inhaltliches Interesse an einer Sammlung zeigt, begrenzt sei (Treinen 1996a, S.115). Ein Folgebesuch wird allerdings dadurch begünstigt, wenn beim Erstbesuch ein positiver Eindruck hinterlassen, vielleicht sogar tieferes Interesse geweckt werden konnte (ebd.).

Allerdings ist zu bezweifeln, dass ein solch tiefes Interesse bei den BesucherInnen von Beginn an vorausgesetzt werden kann. Seitens der Museumsleute konnte jedoch ein Enthusiasmus, das Publikum aufgrund dessen begeistern, sprich animieren¹ zu wollen, nur bedingt festgestellt werden.

Wurde ein Zugehen auf die BesucherInnen angesprochen, dann meist in Zusammenhang mit marktstrategischen Überlegungen. Interesse wurde als Voraussetzung erwartet, schließlich stehe es ja allen frei, ob sie kommen möchten oder nicht, aber ebenso ob es ihnen gefällt oder nicht.

Selbst bei Friedrich Waidacher, dessen zahlreiche Überlegungen zum Thema Museologie ich im Zuge meiner Arbeit durchaus zu schätzen lernte, findet im Zuge einer Auflistung von „Fehlleistungen“ in der museologischen Praxis auch folgendes:

„Es ist auch nicht zielführend, Menschen unbedingt zu ihrem Glück zwingen zu wollen. In der westlichen Gesellschaft interessieren sich nun einmal mehr als fünf Sechstel nicht für Museen.“ (Waidacher 2001, S. 99)

Seine daran anschließende Bemerkung lässt allerdings darauf schließen, dass selbst dieses Sechstel aus jenem Publikum zu bestehen habe, das die präsentierten Kulturgüter „richtig“, dem Habitus des Bildungsbürgertums entsprechend, zu lesen vermag:

„Folgerichtig haben auch die italienischen Satiriker FRUTTERO und LUCENTINI am Beispiel der bildenden Kunst auf bekannt drastische Weise daran erinnert, „[...] daß der

¹ wengleich das Synonymwörterbuch des Duden keine Übereinstimmung nennt, so denke ich doch, dass diese aufgrund des gemeinsamen Wortstammes von lat. „anima/animus“=Seele/Geist gerechtfertigt ist (<http://de.pons.eu/latein-deutsch/anima>)

Genuß eines Kunstwerks lange Vorbereitungsarbeiten und echte Leidenschaft erfordert und daß es nichts nützt, eine Masse Menschen, die mit Reklamebildern, Fernsehen, Comics und Fotoromanen aufgewachsen sind und keinerlei Anhaltspunkt, keine Neugier und keine Aufnahmebereitschaft haben und den Mund nicht halten können, ein paar Minuten lang vor einen Botticelli zu stellen.“(Fruttero, Carlo / Lucentini, Franco 1997 zit. nach Waidacher 2001, S. 99)

Da man sich aber, meinen Beobachtungen zufolge, im Hinblick auf die geachtete KollegInnenschaft ganz anders verhält, kann die relativ geringe Bereitschaft, das „Laienpublikum“ begeistern zu wollen, als ein Indiz für eine hierarchische Bewertung gedeutet werden. Dies führt zu der Frage nach dem Selbstverständnis einer Institution, welche Rolle(n) sie aufgrund dessen ihren BesucherInnen zuweisen kann bzw. will. Ihr soll in Abschnitt 8 eine ausführlichere Betrachtung zuteilwerden.

Diese Einstellung scheint auch dafür verantwortlich zu sein, dass jener verbleibende Rest, meist unter „unser Stammpublikum“ subsummiert, keine uneingeschränkte Zuwendung erfährt, vielmehr kann man für dieses „*das Niveau hoch ansetzen*“ (KuratorIn 3), es wird manchmal als qualitativ hochwertiges Pendant zu den (ignoranten?) Massen verstanden, zumindest jedoch als solches dargestellt. Meinen Erfahrungen zufolge sind aber die Motivationen dieser Personen in weitaus mehr als in deren vermeintlich überproportionalem „kulturellen Kapital“ bzw. ihren Fähigkeiten zur kritischen Reflexion zu suchen. Auch hier würden Besucherstudien wohl aufschlussreiche Ergebnisse zutage bringen, die sich einerseits vielleicht für die Museumsleute als desillusionierend erweisen würden, andererseits in manchen Fällen die vermeintliche Kluft zu den NichtbesucherInnen verringern könnten.

7.2 Nutzen

„Der hohe Stellenwert utilitaristischen Denkens und Handelns in unserer Gesellschaft, zumindest als normative Leitlinie, kann besonders für denjenigen, der seine Zeit und Mitteleinsätze in der Freizeit als knapp empfindet, das Fehlen pragmatisch- nutzbarer Informationsgewinne zur Besuchsbarriere machen. Auch kann im eigenen Umgangskreis der Besuch von Museen oder doch bestimmter Museumstypen einen negativen Prestigewert beinhalten“ (Klein 1981, S. 198).

Entsprechend der Feststellung Joachim Kleins zeigte sich auch in den Gesprächen, dass das Kriterium der Nützlichkeit für die Bewertung einer Ausstellung bzw. einzelner Ausstellungselemente herangezogen wurde.

Sarah: „[...] mir hat das beim TM nicht so gefallen bei dieser Interaktivität, ah in diesem ersten Raum um die Historie der Naturwissenschaften, der Physik, dass es zwar interaktiv war, was aber irgendwie nicht vermittelt worden ist, was man da tut. Es steht die genaue Anleitung da, was man tun soll, welchen Knopf man drücken soll, was man verändern kann und welchen Regler man wie umstellen kann und es steht dann schon im Prinzip da, was man da macht, nur eben wieder auf naturwissenschaftlicher Weise, also, und für einen Laien, eben für eine Laiin steht..., und dann macht man halt, dann halt man halt die Wellenlänge verändert, und? [lacht] Das gibt mir nix, da kann ich nicht, das war von der Erklärung für mich nicht, man hätte das vielleicht mit praktischeren Beispielen verbinden können, so: wo findet man das im Alltag? Was nützt mir das im Alltag, wenn ich das weiß? Das hat mir da gefehlt, ja.“

Der Wunsch nach einem Zuwachs an Wissen bzw. der Eröffnung neuer Perspektiven, der an verschiedenen Stellen mit der Phrase des „Aha-Effekts“ beschrieben wurde, beschränkte sich jedoch nicht nur auf die praktische, handlungsorientierte Ebene, ein ebensolcher wurde auf bewusstseinsbildender Ebene eingefordert. Eine Ausstellung sollte neue Eindrücke vermitteln, neue Denkansätze evozieren. Museum wurde in diesem Sinne auch als Ort der Bildung verstanden.

Matthias: „[...], ich mag's weder, wenn irgendwelche vorgefassten Meinungen präsentiert werden wie bspw. im Heeresgeschichtlichen Museum, weder mag ich, dass man sozusagen Besucher mit einem Fragezeichen empfängt und mit einem solchen entlässt wie im Jüdischen Museum.“

Ausstellungen wurden als eine Möglichkeit verstanden, um konkretes Wissen zu einer bestimmten Thematik zu erhalten bzw. bestehendes Wissen zu vertiefen. Wenngleich von meinen InterviewpartnerInnen in diesem Kontext der Begriff „Bildung“ genannt wurde, so schien es sich dabei vielmehr um „Wissen“ zu handeln, Wissen im Sinne von „bewertete[r], verwertete[r], selektierte[r] Information“ (Richter 2005, S. 55), die dazu dient, um sich in der Informationsfülle zurechtfinden zu können. Das gebotene Wissen muss demnach auch einen Sinn ergeben, es muss sich als „handlungsrelevant“ erweisen. Was als wissenswert erachtet wird, wird von dem gesellschaftlichen Umfeld, in dem man sich befindet, vorgegeben. (Richter 2005, S. 56) Die Idee des Museums als Ort der Wissensvermittlung konnte durchwegs bei allen meiner GesprächspartnerInnen festgestellt werden, sie wurde sogar als Erwartung vorausgesetzt. Ich fragte Rachel, ob sie

im Falle einer fehlenden Erklärung eine Hands-on Station im Technischen Museum das Ausstellungselement weniger ansprechend gefunden hätte:

Rachel: „Ich glaub nicht dass es weniger ansprechend wäre, ich würd nur mit einer anderen Meinung aus dem Museum rausgehen nachher, weil wenn ich nicht weiß was ich jetzt gmacht hab, ist es zwar noch immer eine unterhaltsame Spielerei, aber nicht wirklich lehrreich, weil ich ja im Endeffekt nicht schlauer rauskomm als ich reingangen bin...“

Treinen zufolge besitzt ein Museum vielfältige Funktionen, darunter auch jene, seine Objekte mit aktuellen wissenschaftlichen Diskursen zu kontextualisieren. Auf diese Weise kann Wissen vermittelt werden, aktuelle Forschungsergebnisse können auf diesem Weg noch viel eher als in Lehrplänen präsentiert werden. Dazu bedarf es allerdings einer Erklärung in Form einer Textebene, denn „Objekte [allein][...] sind vieldeutig. Das macht sie reizvoll aber auch hinderlich beim Versuch, die im wissenschaftlichen Diskurs notwendige Konzentration auf spezifische Objektmerkmale zu erreichen“ (Treinen 2007, S. 34). Ob dies wissenschaftlich korrekt umgesetzt wird, kann sogar objektiv von Fachleuten nachvollzogen werden (Treinen 2007, S. 33).

Ausgehend von einem Bildungsbegriff im Sinne eines Lernortes, wurde musealen Ausstellungen zuweilen seitens der Museumsleute ihre Kapazität abgesprochen bzw. dies nicht als ihr Aufgabengebiet betrachtet.

„Wo gibt es etwa didaktische Operninszenierungen oder pädagogische Musicals? Was läßt sich in einem Konzert lernen? Musikgeschichte, Tonsatz, Instrumentation, Formenlehre? Nichts? Wozu dann der Besuch?“ (Waidacher 2001, S. 98f)

KuratorIn 2 argumentierte mit Studien, wonach sich nicht einmal SchülerInnen im Biologieunterricht mehr als ein Prozent des Vorgetragenen merken würden. Eine solche Äußerung legt die Vermutung nahe, dass Bestrebungen, Ausstellungstexte optimal aufzubereiten nur halbherzig unternommen werden, da man ohnehin an deren Sinnhaftigkeit zweifelt. Wiederholt wurde auch das Argument der heterogenen Besuchsabsichten gegen die Möglichkeit eines Museums als Ort der Wissensvermittlung angeführt (vgl. Treinen 2007, S. 28).

Folgt man allerdings psychologischen Lerntheorien, so können in bzw. durch museale Ausstellungen durchaus Lernprozesse sowohl im Sinne von Konditionierung (Außensteuerung) als auch zur Entwicklung komplexer kognitiver Prozesse (Innensteuerung) ermöglicht werden (Terlutter 2001, S. 104-110). Im Falle der

Konditionierung zeigt sich die Wirkung von *Reiz-Reaktions-Mechanismen* einerseits beispielsweise im Falle einer Interaktion von BesucherInnen mit Angestellten des Museums. Stellen BesucherInnen fest, dass ihre Fragen bzw. Bedürfnisse ernstgenommen und berücksichtigt werden, steigert dies die Wahrscheinlichkeit, diese auch in Zukunft zu äußern. Andererseits besteht durch wiederholtes Probieren wie im Falle von Hands-on-Inszenierungen jedoch auch die Möglichkeit ein Verständnis für wissenschaftliche bzw. kulturelle Prozesse zu erwerben. Eine weit größere Bedeutung für das Erlernen kultureller Inhalte kommt jedoch dem *Aufbau kognitiver Strukturen* und den daraus resultierenden *Handlungsschemata* zu. „Das Individuum kann durch Einsicht neue Verhaltensweisen finden“ (Terlutter 2001, S. 107). Bereits bestehende gedankliche Strukturen werden mittels neuer Eindrücke erweitert, angeglichen aber auch umstrukturiert. (Behrens 1995, Sp. 1414). Dies erfolgt umso leichter, je mehr Bezugssysteme angeboten werden. „Durch den Sinnzusammenhang werden [...] semantische Netzwerke oder Schemata aktiviert, so dass neue Informationen, die schemakongruent erscheinen, bevorzugt aufgenommen, verbessert gespeichert und besser abrufbar werden. [...] Wird der [...] Besucher über mehrere Sinne angesprochen, steigt die Erinnerungsleistung sogar noch an. [...] [J]e vielfältiger der Kontext ist, umso eher wird ein Teilelement der ursprünglichen Umgebung bei der Einprägung später den gesamten Gedächtnisinhalt auslösen.“ (Terlutter 2001, S. 110)

Demzufolge wird auch einem vermittlungstheoretischen Ansatz einer fachwissenschaftlichen Präsentation (bei der die Objekte möglichst ohne weitere Erklärung für sich sprechen sollten) für die Vermittlung von kulturellen Inhalten der Vorzug gegeben. (ebd).

Allerdings scheinen die Bedenken, die Ausstellung könnte durch didaktische Aufbereitung an Wissenschaftlichkeit aber auch an Ästhetik einbüßen, noch nicht ausgeräumt (vgl. auch Walzl 2008, S.11). Auch *KuratorIn 2* wurde trotz allen geäußerten Verständnisses für die BesucherInnen nicht müde, auf die Gefahr hinzuweisen, dass Texte die Objekte in den Hintergrund der Aufmerksamkeit rücken könnten. Wenngleich mir das Argument, dass es für viel Text keiner musealen Ausstellung bedürfte, sondern dieser auch in Buchform oder via Computer abrufbar wäre, durchaus legitim erschien, so waren es vielmehr die „Zwischentöne“ der Argumentation, die den Schluss zuließen, dass

die Meinung von *KuratorIn 2* die einschlägigen Diskurse widerspiegelt, die letztendlich auch eine Barriere für eine unbefangene Hinwendung zum Publikum bedeuten könnte.

Dies mag auch damit in Zusammenhang stehen, dass die Anforderung an Museen, das aus wissenschaftlichen Forschungen akkumulierte Wissen für ein breites Laienpublikum aufzubereiten, seit langer Zeit umstritten ist. Ulrike Felt, Leiterin des Instituts für Wissenschaftsforschung an der Universität Wien, konnte anhand ihrer Forschungsergebnisse den wissenschaftlichen Diskurs zum Thema „Wissenspopularisierung“, der bis dato an Aktualität nichts eingebüßt zu haben scheint, bereits in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts ausmachen. Einerseits gab es jene, die „[j]edes Gespräch mit Nicht-Fachkollegen oder mit Studierenden [...] als Vereinfachungsleistung“ (Felt 1996, S. 57) verstanden, als Selbstverständlichkeit auch unter Wissenschaftlern; Vertreter der gegenteiligen Meinung sahen hingegen darin „die Gefahr, dass die vielfältigen Prozesse der Vereinfachung ihr Image oder das ihres Faches beeinträchtigen könnten“. Befürchtet wurde ebenso, dass das „geheimnisvolle Flair, der „exklusive Expertenstatus“ aber auch die „damit verbundene Macht“ verloren gehen könnten (Felt 1996, S. 57). Auch gegenwärtig wurde im Rahmen meiner Gespräche mit KuratorInnen eine für ein breites Publikum aufbereitete, *niederschwellige* Ausstellung negativ bewertet, *KuratorIn 2* beispielsweise assoziierte den Begriff mit Oberflächlichkeit.

Die Bestrebungen, wissenschaftliches Wissen popularisieren zu wollen, müssen generell vor dem „Hintergrund der säkularen Prozesse von Modernisierung und Industrialisierung verstanden werden“ (Felt 1996, S. 58), vor dem Wissenschaftsbegriff der Aufklärung, bei dem wissenschaftlicher Fortschritt (aber auch das Wissen darum) mit einer „Verbesserung der Lebensbedingungen“ gleichgesetzt wurde (Felt 1996, S. 58).

Da meine InterviewpartnerInnen dementsprechend von einem Museumsbesuch eine, in welcher Intensität auch immer „bildende“ Funktion erwarteten, wurde ein unzureichendes Angebot an Möglichkeiten der Wissensgenerierung als enttäuschend und frustrierend erlebt. Dies umso mehr, wenn es sich um Besuche handelte, die im Rahmen der Freizeitgestaltung freiwillig gewählt wurden. Die Ursache dafür könnte in der kulturellen Praxis der sogenannten postmodernen Gesellschaft zu finden sein, wonach jeder individuell aus einem reichhaltigen Angebot an Möglichkeiten zur Identitätsbildung

schöpfen kann aber auch muss, da „Lebensmuster nicht mehr vorgegeben sind, sondern ausgehandelt werden müssen“ (Thien 2002, S. 19). Ein wichtiger Aspekt bei der Wahl der Elemente dieser „Bastelbiographien“ (ebd.) ist dabei ihre Verwertbarkeit als *symbolisches Kapital*.

Dieser von Pierre Bourdieu geprägte Begriff beschreibt jenes Ansehen bzw. Prestige, welches einem zu Eigen wird, wenn man über eine bestimmte Kapitalsorte verfügt. Ganz gleich, ob es sich um *ökonomisches*, *kulturelles* oder *soziales Kapital* (Bourdieu 1983, S. 183-198) handelt, Relevanz im Sinne eines symbolischen Kapitals erhält es nur, wenn der Wert im jeweiligen Feld bzw. Milieu auch anerkannt wird (Bourdieu 1998, S. 108). Nach Bourdieu kann eine Kapitalsorte unter bestimmten Bedingungen in eine andere konvertiert werden, im Falle meiner GesprächspartnerInnen bestand durch den Besuch eines Museums die theoretische Möglichkeit den Bestand an allen Kapitalsorten anheben zu können¹.

Unter diesem Aspekt gilt es auch die Entscheidung für einen Ausstellungsbesuch im Allgemeinen zu betrachten. Eine Ausstellung, über deren Inhalt mit niemand gesprochen werden konnte, verlor für die GesprächsteilnehmerInnen schnell ihren Reiz. Die Option, das inkorporierte kulturelle Kapital in der Interaktion mit anderen nutzen zu können bzw. indirekt daraus soziales Kapital schlagen zu können (wie beispielsweise im Falle jener Personen, die ihren BegleiterInnen die Inhalte einer Ausstellung erklären können und dies mit Beliebtheit honoriert wird) steigerte hingegen das Bedürfnis, einen Ort der dies bieten konnte, aufzusuchen. Um etwas kommunizieren zu können, so meine These, bedarf es jedoch nicht nur eines interessierten Ansprechpartners, sondern auch einer Geschichte, die erzählt werden kann. Je abstrakter und verschlüsselter aber eine Ausstellung präsentiert wurde, umso geringer wurden auch die Möglichkeiten, sich darüber austauschen zu können. Konkrete Geschichten wurden hingegen leichter memoriert und konnten somit auch als kognitive Basis für eine weitere Beschäftigung mit dem Thema dienen.

1 Während die formellen Besuche (hier konnte eine positive symbolische Konnotation vorausgesetzt werden) vorwiegend dazu genutzt wurden, inkorporiertes kulturelles Kapital in institutionalisiertes (hier der akademische Grad) und in weiterer Folge in ökonomisches Kapital zu verwandeln, wurde im privaten Rahmen die Entscheidung für einen Besuch verstärkt entsprechend ihrer persönlichen symbolischen Verwertbarkeit gewählt.

Sie steigerten aber ebenso den Unterhaltungswert der Präsentation. Dies ist insofern von Bedeutung, da doch manchmal, den Aussagen meiner GesprächspartnerInnen zufolge, der zentrale Nutzen des Ausstellungsbesuches darin bestand, ein unterhaltsames Erlebnis geboten zu bekommen. Ein solches „Versprechen eines „totalen Erlebnisses“ kann, mithilfe eines geplanten und organisierten „Event“ eingelöst werden. Während Events im Museum in der Fachliteratur oftmals abschätzig oder im Kontext mit marktstrategischen Überlegungen genannt werden, geben Gebhardt et. al. zu bedenken, dass „[i]n einer sich zunehmend differenzierenden, ja partikularisierenden Welt [...] Events eine der wenigen Möglichkeiten zu sein [scheinen], die dem spätmodernen Menschen noch die - situative, also zeitlich und räumlich begrenzte - Erfahrung von „Einheit“ und „Ganzheit“ erlauben, vor allem dadurch, dass sie Erlebnisformen anbieten, die nicht nur den „Intellekt“, sondern auch alle Sinne ansprechen“ (Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer 2000, S. 10).

Während alle zuvor genannten Motivationen dem allgemeinen Verständnis des Begriffs „Freiwilligkeit“ zugeordnet werden konnten, so gab es im Falle der befragten StudentInnen noch einen weiteren Aspekt, den ich in einem kleinen Exkurs unter dem Schlagwort *Pflicht* veranschaulichen möchte. Wenngleich die Teilnahme an den Lehrveranstaltungen zum Thema „Museum“ nicht für TeilnehmerInnen des Diplomstudiums verpflichtend war und der Lehrplan durchaus Alternativen bereitgehalten hätte, so trat in der Interviewsituation, aber auch im Rahmen informeller Gesprächen eine zentrale Bedeutung der Lehrveranstaltungen zu dieser Thematik hervor – sie bereitete auf eines der, den Aussagen der angehenden KulturwissenschaftlerInnen zufolge, wenigen konkreten Berufsfelder, die Arbeit in Museen, vor. Der Bereich der Ausstellungsgestaltung wurde noch zusätzlich als kreativ und abwechslungsreich gewertet und somit anderen Aufgaben vorangestellt.

Dieser Aspekt und die Tatsache, dass keine der befragten Personen (abgesehen von Matthias' und Larissas Besuche des Wien Museums) weder das Jüdische Museum noch das Wien Museum vor den Exkursionsterminen besucht hatte, ließen den Schluss zu, dass die persönliche Interessenslage vorrangig nicht mit den Inhalte dieser Museen korrelierte, entsprechende Äußerungen auch hinsichtlich der privaten Ausstellungswahl bestärkten darin.

Larissa: „Ich war einmal drinnen [Anm.: im Wien-Museum], das ist aber schon ewig her, und ich kann mich auch an fast nichts mehr erinnern leider Gottes. Ich weiß, ich muss

wieder einmal hingehen, ... auch weil es offenbar ein Museum ist, das immer das, ja, auch bei uns sehr viel Thema ist.“

Nicht das Verstehen der thematischen Aussagen sondern vielmehr einzelne Merkmale der Präsentation standen bei den befragten ExkursionsteilnehmerInnen vorerst im Zentrum der Aufmerksamkeit. Berücksichtigt wurden besonders jene Aspekte, die im Rahmen der Lehrveranstaltungen als beachtenswert genannt wurden. Die StudentInnen, deren Aufgabe es war, Kritiken zu bestimmten Ausstellungen zu verfassen, wurden von den LehrveranstaltungsleiterInnen aufgefordert, die Ausstellungen „mit allen Sinnen“ wahrzunehmen, Die Wirkung von Ausstellungselemente wie Texten, Licht, Geräuschen aber auch die Ästhetik und die kulturwissenschaftliche Betrachtung der Inszenierungen sollten unter anderem hierbei berücksichtigt werden, allerdings aus der Perspektive der professionellen KritikerInnen. Dies geschah den Referaten zufolge in unterschiedlicher Intensität, blieben so manche im rein deskriptiven Bereich, konnten sich andere wiederum doch der jeweiligen Inszenierung auf ihrer Metaebene nähern.

Wenngleich in den Lehrveranstaltungen die Berücksichtigung von Zielgruppen angesprochen wurde, wurde auf Verständlichkeit bzw. Verstehbarkeit von Inszenierungen kaum explizit Bezug genommen. Der Fokus für Barrieren anderer potentieller oder bestehender Besuchergruppen wurde hauptsächlich auf körperliche Beeinträchtigungen gelenkt und daher auch von den StudentInnen thematisiert.

Larissa: „[...] an dem Tag waren zwei Kinder oder zwei Jugendliche auch dort, und eines von diesen Kindern ist im Rollstuhl gesessen, und ich hab mir die Frage gestellt, ob das Kind das im Rollstuhl sitzt, diese Hologramme überhaupt sehen kann, also aus diesem Blickwinkel von da unten. Das war die Frage, mit der ich mich dann lange beschäftigt hab, während wir in diesem Raum waren [lacht].“

Die Inhalte der Inszenierungen wurden in einigen Fällen auch nicht durch die Führung interessanter bzw. es konnten nicht mehr Bezugspunkte geschaffen werden und somit das Erzählte auch nicht aufgenommen werden. Es könnte sein, dass man sich deshalb auf verständliches „Handwerkzeug“ aus den Lehrveranstaltungen beschränkte.

Die erlernten Lesarten wurden auch in den folgenden Privatbesuchen berücksichtigt, die Ausstellungen wurden als Anschauungsmaterial und Inspiration für das zukünftige eigene Schaffen herangezogen.

Sarah: „[...] ja, ich muss auch sagen, durch meine Ausbildung geh ich auch anders in Ausstellungen, also es ist jetzt nicht nur Vergnügen, ich mein, meistens schon, aber

manchmal bleibt man schon stehen und denkt sich, na ich hätt das aber anders gemacht, weil..., und dann überlegt man sich halt, was an der Vermittlung und Präsentation gut ist und was gar nicht, es ist für mich halt so eine Mischung aus Vergnügen und Lernen aber andererseits auch Lernen im Hinblick auf die weitere berufliche..ja, schauen, wie man sowas macht.“

Demgegenüber drängt sich allerdings die Frage auf, von welchem Nutzen ein Publikum über das Stammpublikum hinaus, oder besser gesagt, ein erweiterter Besucherkreis der im Sinne eines „Audience Development“ erschlossen wird, für ein Museum sein könnte. Abgesehen von einer prekären Finanzsituation, die manch ein Museum zu einer verstärkten Publikumsorientierung *nötigt*, bedürfte es wohl genau jener prestigeträchtigen Faktoren, die gemäß dem Selbstverständnis des jeweiligen Hauses einen symbolischen Wert (im Idealfall bezüglich aller Kapitalsorten) ermöglichen könnte. Einzig Angehörige der Kulturvermittlungsabteilung, jener Berufsgruppe, deren Existenz sich ausschließlich durch ein externes Publikum legitimiert, sprechen sich explizit für eine besucherorientierte Vorgehensweise aus. Die Identifikation mit ihrem Aufgabenfeld mag auch ökonomisch begründet sein, allerdings konnte mittels teilnehmender Beobachtung auch ein Interesse an den verschiedensten BesucherInnengruppen wahrgenommen werden, wohl nicht zuletzt deshalb, da auch die Wertschätzung ihrer Arbeit zu einem guten Teil über das Publikum erfolgt. Eine distanzierte Haltung von KulturvermittlerInnen gegenüber BesucherInnen ließ hingegen darauf schließen, dass die Identifikation mit einer ebensolchen Ausrichtung des jeweiligen Hauses stärker zu wirken schien.

8 IDENTITÄT durch das Museum

Das Konstrukt¹ *Identität* bzw. dessen Schaffung oder zumindest dessen Erhaltung konnte meiner Analyse zufolge als jene Kategorie gewertet werden, die allen zuvor genannten Bewertungen meiner InterviewpartnerInnen zugrunde lag. Die Orientierung an Merkmalen, die Identifikation ermöglichten, bedingte letztendlich alle Entscheidungen hinsichtlich der Akzeptanz von musealen Präsentationen. Meine GesprächspartnerInnen verstehen sich als Personen mit individuellen Bedürfnissen, deren Bestreben es ist, aktiv die Handlung mitbestimmen zu können. Sehr wohl unter der Voraussetzung, dass dieses Verhalten idealerweise auch von den anderen respektiert wird. *Authentisch zu bleiben und anerkannt zu werden* stellen die Kernkriterien dar, um eine „gelungene“ Identität aufbauen zu können (Keupp 2003, S. 10). Dazu bedarf es in unserer (postmodernen) Gesellschaft permanenter Identitätsarbeit, da, anders als in (historischen) traditionsgebundenen bzw. klassenorientierten Gesellschaften, Identitätsmuster nicht mehr so stark von außen vorgegeben werden, sondern, wie ich bereits in Abschnitt 7.2 ausgeführt habe, jede Person aus vielfältigen Angeboten ein für sie stimmiges Gesamtbild zu einem großen Teil selbst zu entwerfen hat. „Identitätsarbeit hat als Bedingung und als Ziel die Schaffung von Lebenskohärenz. In früheren gesellschaftlichen Epochen war die Bereitschaft zur Übernahme „vorgefertigter Identitätspakete“ (ebd.) das zentrale Kriterium für Lebensbewältigung. Heute kommt es auf die individuelle Passungs- und Identitätsarbeit an, also auf die Fähigkeit zur Selbstorganisation, zum ‚Selbsttätigwerden‘ oder zur ‚Selbsteinbettung‘“ (ebd.).

Die Wahlmöglichkeiten gehen allerdings auch mit einer Einbuße von „kollektive[r] Sicherheit und Zugehörigkeit“ einher (Eickelpasch/Rademacher 2004, S. 7), sie verlangen aber auch von den einzelnen, für ihre Entscheidungen selbst verantwortlich zu sein. Der zusätzliche Wertewandel von einer „traditionellen Gehorsams- und Verzichtgesellschaft“ (Keupp 2003, S. 6) hin zu einer, in der das subjektive Gefühl der Autonomie und

¹ Konstrukt deshalb, weil „Vorstellungen von [...] Identität sich stets an Bilder knüpfen, in denen unbewusste wie bewusste Anteile enthalten sind“. Sie konstituiert sich aus dem „So-Sein“, den „reflexhaften Selbstverständlichkeiten“ und dem „So-Sein/So-Erscheinen-Wollen“, den „strategischen Setzungen und Selbstverständnisse[n]“ um von den anderen so wahrgenommen zu werden, wie man es will (Kaschuba 2006, S. 132).

Selbstbestimmtheit aber eben auch der Eigenverantwortung vorherrschend ist, scheint das Ertragen von Situationen, die kein Wohlgefühl vermitteln, noch zusätzlich zu erschweren (vgl. auch Abschnitt 6.1).

Wenngleich sich, Zygmunt Baumann zufolge, Menschen der postmodernen Gesellschaft auf keine dauerhaften Identitätsmerkmale festlegen wollen (Baumann 1997, S. 145), so schien es meinen GesprächspartnerInnen dennoch von großer Bedeutung zu sein, sich, wenngleich vielleicht nur temporär, an Merkmalen zu orientieren, mit denen sie sich identifizieren konnten. Ausstellungscharakteristika, die ihrem Selbstbild am nächsten kamen, wurden dementsprechend positiv bewertet. Rachels Beschreibung des Begriffes „modern“ enthielt beispielsweise all jene Attribute, die sie an einer Präsentation zu schätzen wusste. Dies deutet einerseits daraufhin, dass sie sich selbst als moderner Mensch versteht, es verweist aber auch auf ihre Teilhabe am kollektiven Wissen, was in dieser Gesellschaft als modern bezeichnet werden kann und somit auch darauf, was gegenteilig bewertet wird bzw. zu bewerten ist. Übertragen auf museale Ausstellungen bedeutete dies für sie unter anderem,

Rachel: „[...] dass der Einsatz neuer Medien verstärkt ist, also ja, dass man auch ein bissl rumspielen und experimentieren kann, und nicht nur stur durchgeht und sich anschaut, sondern, ja, auch was zum Angreifen hat.“

An manchen Stellen wurden unterstreichend Bezüge zur eigenen Biografie hergestellt:

Matthias: „[...]da bin ich natürlich ein Fan von, zumindest thematischen Dotierungen oder einem chronologischen Rundgang. Des kommt aber jetzt von der Kunstgeschichte her, also der fachliche Bezug, ah dass man also des chronologisch sieht.“

Die Aussage Matthias' kann exemplarisch für die Kohärenz der persönlichen Identität und der jener (sozialen) Gruppe, der man sich zugehörig fühlt, angeführt werden. Individuelle und kollektive Identität können nicht getrennt voneinander gedacht werden. „What ‚identity‘ describes is the interface between the individual and the social group. Sociologists distinguish between individual and collective (or better, social) identities. But it is important that we realize the dynamic relationship between both. Individuals are hardly ever only idiosyncratic, but are also defined by their social roles and relationships to others“ (Pohl 2010, S. 12). Schließlich geht es darum, „sich als soziales Wesen in den Zusammenhang seiner Umwelt einzupassen und dabei durch Übereinstimmung wie durch Abgrenzung seinen spezifischen ‚sozialen Ort‘ zu finden“ (Kaschuba 2006, S. 134).

Um sich in einem, Bourdieu verwendet den Begriff „Feld“, verorten zu können bzw. um verortet zu werden, bedarf es eines entsprechenden Habitus. Bourdieu versteht unter Habitus jenes „System von – implizit oder explizit durch Lernen erworbenen - Dispositionen“ (Bourdieu 1993, S. 113) das für „Geschmack“, „Stilvorlieben“ und „Verhaltensweisen“ prägend ist (Bosch 2010, S. 52). Habitus und Feld bedingen sich gegenseitig: „Das Feld strukturiert den Habitus, der das Produkt der Verinnerlichung der Inkorporation der immanenten Notwendigkeit dieses Feldes ist“ (Bourdieu/Wacquant 1996 zit. nach Jurt, 2010, S. 15). Jedes Feld besitzt dabei eigene Regeln und folgt einer eigenen Logik, dieser entsprechend werden die verschiedenen Kapitalsorten unterschiedlich bewertet. Übertragen auf den musealen Bereich würde dies bedeuten, dass eine avantgardistische Ausstellung mit niedrigen Besucherzahlen auf dem kulturellen Feld mehr symbolisches Kapital als auf dem ökonomischen Feld erzielen würde. Je höher der symbolische Wert der verfügbaren Kapitalsorten, umso höher ist die Anerkennung. Um sich in einem bestimmten Feld bewegen zu können, besteht auch die Möglichkeit gegen den eigenen Habitus zu handeln, es bedarf allerdings Anstrengung und Selbstreflexion, um in dem unvertrauten Milieu bzw. dem jeweiligen Feld unauffällig und somit inkludiert bleiben zu können. (Bosch 2010, S. 52 / Jurt, 2010, S. 14f).

Die Versuche einer Anpassung an das Feld kamen bei den GesprächspartnerInnen besonders an jenen Stellen zum Ausdruck, an denen Dinge positiv bewertet wurden, mit denen noch keine vollständige persönliche Identifikation stattgefunden hatte, die wohl aber dem (habituellen) Rollenbild in dem sozialen Feld, in dem sich meine GesprächspartnerInnen in der konkreten Interviewsituation zu bewegen glaubten, angemessen schienen. Sie konnten zumeist an den Brüchen zwischen den Worten und Taten aber auch innerhalb des Gespräches sichtbar werden. Dementsprechend konnte das Fehlen von Brüchen einerseits auf eine bereits bestehende Habitualisierung aber auch auf einen Integrationsprozess bestimmter Elemente in das eigene Selbstbild verweisen. Ein solches Element war nicht zuletzt für die meisten der StudentInnen die Beschäftigung mit Museen und dem Ausstellungswesen selbst, deren Relevanz erst durch das Angebot einschlägiger Lehrveranstaltungen entwickelt wurde und somit eine Integration in das eigene Identitätsbild ermöglichte.

Hans: „[...] Aber erst durchs Studium hab ich mir gedacht, das ist eigentlich schon spannend, wie sowas funktioniert, ja, das hat mich schon eh durch die Lehrveranstaltungen irgendwie fasziniert und so.“

Folgt man Keupps Kriterien für das Gelingen von Identitätsarbeit - Kohärenz, Authentizität, Anerkennung und Handlungsfähigkeit (Keupp 2003, S. 10) - so kann, übertragen auf den Ausstellungsbereich, darauf geschlossen werden, dass sich ihr Fehlen für eine Identifikation und somit für die Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit dem Gezeigten hinderlich erweist. Situationen in denen Orientierungslosigkeit, vor allem aber das Gefühl der Exklusion zu dominieren schienen, und deshalb Identitätsarbeit nicht gelingen konnte, wurden dementsprechend auch von meinen GesprächspartnerInnen negativ bewertet.

Hans: „Ich war im Leopold Museum und im KHM, da war ich auch, des hat mir beides überhaupt nicht taugt [...] Weil, da ist es mir wirklich so gegangen, da bin ich echt verloren da drinnen, also grad im KHM, ich bin ja dort nur hingegangen, weil ich gwisst hab ich komm gratis rein und da sind so Sachen, wo ich mir denk, da würd ich sonst nicht reingehen, zu dem kann ich zu wenig anfangen damit, ich hab einfach gmerkt, da fehlt mir jede Erklärung, da hängen so viele Bilder, das kann ich gar nicht aufnehmen [...]“

Ins Hans' Aussage fanden sich zwei weitere Aspekte, die sich mir besonders in Bezug auf die Bemühungen einer Erweiterung des BesucherInnenkreises relevant erschienen. Erstens bedeutete ein kostenloser Eintritt keineswegs, dass dadurch auch automatisch Interesse am Ausstellungsinhalt geweckt werden konnte. Zweitens zeigte sich im konkreten Fall, dass es für Hans keine Selbstverständlichkeit darstellte, den Wert des Präsentierten als Teil der Hochkultur schätzen zu müssen. Auch die Verwunderung eines wissenschaftlichen Mitarbeiters des Institutes für Europäische Ethnologie darüber, „dass sich überhaupt so viele StudentInnen für diese Museumsvorlesungen interessieren“ schien mir ein zentraler Hinweis darauf, dass wohl manche Bereiche aus dem Kanon der sogenannten Hochkultur nicht mehr fixe Bestandteile des Wertesystems der gegenwärtigen Bildungsschicht darstellen und sich dementsprechend auch nicht in allen Fällen als symbolisches Kapital für die Stärkung der eigenen Identität eignen. Wichtig scheint vielmehr der persönliche Bezug (bedingt durch die Möglichkeit einer Identifikation) zu sein¹. Dies scheint auch mit der Aussage von KV zu korrelieren,

¹ Dies könnte aber, um wieder mit Bourdieu zu sprechen, darauf hinweisen, dass zwar viele Menschen eine schulische Ausbildung genossen haben, aber dennoch nicht über jenes habitualisierte kulturelle Kapital verfügen, dass die/den „KulturverstherIn“ vom „BanausInnen“ zu unterscheiden vermag (vgl. auch S. 84). Andererseits stellt sich auch die Frage, inwieweit eine solch homogene Schicht in unserer an vielfältigen Lebensstilen orientierten gegenwärtigen Gesellschaft überhaupt noch vorhanden ist.

wonach der vom Kulturministerium für die Bundesmuseen verpflichtende freie Eintritt für Personen unter 19 Jahren bislang kaum museumsfernes Publikum dieser Altersklasse freiwillig zu einem verstärkten Zustrom mobilisieren konnte.

KV: „Aber bei den Anmeldungen von Gruppen kann man schon feststellen, bei Schulen und kooperativen Mittelschulen aus Bezirken, die sich anmelden, wo wir vorher weniger hatten, also man kann schon sagen, dass wir jetzt Schüler erreichen die wir vorher nicht erreicht haben.“

„Erreicht“ wurden sie aber vor allem mit speziell ausgearbeiteten Vermittlungsprogrammen, mithilfe derer eine Identifikation mit den Inhalten ermöglicht werden sollte, da sie sonst *„ihre Geschichte am Haus einfach nicht wiederfinden“* (KV).

Wenngleich an mehreren Stellen die eigene Rolle der (semiprofessionellen) KulturwissenschaftlerInnen in Abgrenzung zu den BesucherInnen ohne entsprechende museologische Vorbildung betont wurde, ließen meine GesprächspartnerInnen eine größere Empathie mit den Bedürfnissen der BesucherInnen als mit den KuratorInnen bzw. des Museums erkennen. Einen gänzlich konträren Standpunkt hierzu nahm eine andere Studienkollegin ein, die, als ich mein Diplomarbeitsthema vorstellte und die dabei aufgetretenen Missverständnisse erwähnte, sich sofort mit einem entrüsteten „na dann konnten sie aber die Ausstellung nicht lesen“ auf Seiten der KuratorInnen positionierte. Die diesbezügliche Zurückhaltung der interviewten LehrveranstaltungsteilnehmerInnen mag auch darin begründet sein, dass sie selbst diesem Mangel an Verständnis ausgeliefert waren und aufgrund dieser Selbsterfahrung bzw. der im Interview reflektierten Rolle als BesucherIn, keine bzw. eine viel geringere Solidarität bzw. Identifikation mit den KuratorInnen entwickeln konnten.

Museen verstehen sich seit jeher als Orte, die Identität zu stiften vermögen. Nicht nur regionale Identität, wie beispielsweise in Stadt- oder Heimatmuseen oder nationale (ich denke hier auch an das gegenwärtig gebräuchliche Schlagwort der Bundesmuseen „Sammlung Österreich“, in der sich die StaatsbürgerInnen wiedererkennen sollen¹),

¹ Vgl. dazu http://www.bmukk.gv.at/medienpool/16619/beitrag_kulturkontakt.pdf bzw. auch <http://www.bmukk.gv.at/ministerium/ministerin/reden/sammlungoesterreich.xml>: „Auf Sammlungen, den wissenschaftlichen, den naturkundlichen, den kunsthistorischen Sammlungen beruht die säkulare europäische Identität“ (Bundesministerin für Unterricht Kunst und Kultur, Dr. Claudia Schmied, 2010)

sondern auch soziale Identität. Welche Mechanismen sich dafür verantwortlich zeigen, wird zunehmend selbst Gegenstand wissenschaftlicher Überlegungen und Kritiken¹ (Muttenthaler/Wonisch 2000, S. 77). Angesichts der bereits über vierzig Jahre lang bestehenden Forderungen nach einer verstärkten Publikumsorientierung² (inklusive erarbeiteter Theorien und Methoden) (vgl. Haase 1977) und der zögerlichen Bereitschaft der MuseumsbetreiberInnen, diesen nachzukommen, stellte sich die Frage nach den für die KuratorInnen identitätsstiftenden Elementen bzw. nach dem diesbezüglichen Stellenwert der BesucherInnen.

Erst ökonomische Notlagen und der damit einhergehende Legitimationsdruck musealer Einrichtungen verlangten von so manchen MuseumsbetreiberInnen bzw. KuratorInnen innerhalb derselben Generation einen Wandel von autonomen, innenorientierten HüterInnen und BewahrerInnen eines (hoch)kulturellen Vermächtnis zu öffentlichkeits- und marktorientierten DienstleisterInnen zu werden. Die Vorstellungen von diesen neuen Aufgabenbereichen scheinen angesichts der theoretischen aber auch praktischen Anforderungen nicht nur diffus sondern auch identitätsgefährdend. Ganz im Sinne des westlichen Denkens in Dichotomien, werden auch hier Versuche angestellt, die eigene Identität durch die Benennung des anderen, all dessen was man nicht sein will, festzumachen. Ausgegangen wird von jenen Merkmalen, die dem eigenen habituellen Verhalten am meisten zuwiderlaufen. Als wichtigste Gegensatzpaare möchte ich an dieser Stelle noch einmal zusammenfassen:

Kultur/Kunst vs. Konsum/Markt: Im intellektuellen Feld unserer Gesellschaft hat ökonomisches Kapital einen weit geringeren Stellenwert als kulturelles, demnach ist es auch nicht verwunderlich, dass sich KuratorInnen lieber als KünstlerInnen denn als DienstleisterInnen verstehen wollen.

1 Um solche Erkenntnisse unmittelbar in der Ausstellung sichtbar zu machen, bedient man sich zumeist des Mediums der Intervention. Meinen Beobachtungen und Erfahrungen zufolge werden jedoch viele solcher Interventionen aufgrund ihrer subtilen, schwer zu decodierenden Inszenierung von vielen BesucherInnen nicht verstanden, oft nicht einmal bemerkt, was auch hier Anlass zur Frage gibt, an wen diesen (durchaus wertvollen und relevanten) Erkenntnissen adressiert wurden.

2 und folgt man beispielsweise den Worten Rivires, dann schon seit fast hundert Jahren (Gorgus 1999, S. 176)

Auch Volker Kirchberg verwendet in seinem explorativen Versuch, Wertesysteme von KulturmanagerInnen zu typologisieren, als polarisierende Kategorien die von Kunst und Kommerz. Wenngleich er gegenwärtig die Mehrheit der KulturmanagerInnen „in hybriden, zwischen künstlerischen und wirtschaftlichen Zielen oszillierenden Wertesystemen“ (Kirchberg 2010a, S. 97) verorten konnte, so wird auch hier ersichtlich, dass diese im historischen Selbstverständnis der im Marx'schen Sinne „nicht-entfremdeten“ Arbeit der KünstlerInnen näher standen als der durch ökonomische Zwänge „entfremdeten“. Ebenso wird in seinem Artikel deutlich, dass eine Annäherung an den Markt nur dann erfolgt, wenn sich diese als notwendig erweist:

„Dabei steht nicht fest ob dieser Wertewandel von Kulturmanagern nun als Kapitulation einer autonomen Werteorientierung der Künste vor dem heteronomen Diktum einer wirtschaftlich rationalisierten Welt verstanden wird, oder als notwendige, wenn auch nicht zu begrüßende Modernisierung der Kulturproduktion und –distribution.“ (Kirchberg 2010a, S. 98).

Dass sich KuratorInnen in ihrer Rolle als AusstellungsgestalterInnen nicht nur der Kunst verpflichtet fühlen, sondern sich auch selber als KünstlerInnen verstehen, zeigte sich wiederholt in den Aussagen von *KuratorIn 2*:

KuratorIn 2: „Das heißt, alles, was da drinnen passiert, alles was es zu lesen zu deuten zu spüren gibt, ist ja die Erzählung die wir ja anbieten und das ist natürlich schon recht spannend, da haben wir als Ausstellende, Gestaltende, den Raum schon verlassen, so wie der Regisseur eine Aufführung auch schon irgendwo anders ist, ah, und die Inszenierung allein lässt und schon wieder bei der nächsten Arbeit ist, und dann sind die Leute verantwortlich, dass es so gespielt wird. Es ist eigentlich eine sehr machtvolle Position, dass ich etwas gestalten kann, das wird dort in den Raum gestellt, das darf niemand angreifen“.

Was die Forderung nach Publikumsorientierung betrifft, scheint die Problematik darin zu liegen, dass diese genau aus den Reihen des ökonomischen Bereiches kam, der üblicherweise im Selbstverständnis einer musealen Institution, die sich der Kunst und der Wissenschaft, also den Wertesystem des kulturellen Feldes verpflichtet fühlt, bis dato am wenigsten verankert war und es erst aufgrund einer Verknappung öffentlicher Ressourcen eigentlich erst werden *musste*.

Mangelnde Identifikationsmomente mit dem Publikum seitens der FachwissenschaftlerInnen bzw. KuratorInnen mögen auch dafür ausschlaggebend sein, dass Öffentlichkeitsarbeit, BesucherInnenforschung und letztendlich auch die BesucherInnen selbst dem marktorientierten Bereich zugeordnet werden.

Teilweise ausgenommen davon scheint allerdings jenes Publikum zu sein, das unabhängig von dieser Öffentlichkeitsarbeit den Weg ins Museum findet, allen voran das Fachpublikum, andererseits das „Stammpublikum“, das sich aufgrund einer hohen Identifikation mit dem Selbstbild der Einrichtung deren Vorgaben unterwirft. Weder in den Interviews noch in den Fachpublikationen konnte, abseits von ökonomischen Überlegungen, ein aktives Zugehen auf (potentielle) BesucherInnen festgestellt werden. Jemanden von dem (symbolischen) Wert einer Sache überzeugen zu müssen, würde allerdings auch bedeuten, dass dieser nicht mehr als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt werden kann.

Bildung vs. Unterhaltung: Die Nähe des Unterhaltungsbegriffs zu den profanen Angeboten seitens der Freizeitindustrie erwies sich ebenso als nicht unproblematisch für eine Aufnahme ins eigene Selbstverständnis. Dennoch möchte ich die zunehmende Bereitschaft, den distinktiven Unterhaltungsbegriffs (vgl. auch S. 22) entsprechend den Gegebenheiten als additiven neu zu formulieren, an zwei Texten Friedrich Waidachers veranschaulichen. Im Jahr 2000 stand noch für ihn fest, dass eine museale Ausstellung nicht dazu da sei „um [kurzlebigen] Spaß zu machen, Entertainment zu bieten. Er wählte „Unterhaltung [als] etwas für ein passives Kollektiv“ für das eine museale Institution nicht geeignet wäre. (Waidacher 2000, S. 25). Fünf Jahre später wurde von ihm bereits die Bedeutung der Unterhaltung für die BesucherInnen anerkannt und gleichzeitig die sich daraus ergebende Option, diese auf der Unterhaltungsebene ansprechen zu können (Waidacher 2005, S. 14).

Bildungsort vs. Lernort:

„Die Bundesmuseen sind dazu bestimmt, das ihnen anvertraute Sammlungsgut [...] derart der Öffentlichkeit zu präsentieren, dass durch die Aufbereitung Verständnis für Entwicklungen und Zusammenhänge zwischen Gesellschafts-, Kunst-, Kultur- und Wissenschaftsphänomenen geweckt wird“ (Bundesmuseengesetz 1998, (<http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001728>))

Auch im vierten Grundsatz der ethischen Richtlinien des ICOM-Austrias wird auf die Bildungsaufgabe hingewiesen:

„Museen haben die wichtige Aufgabe, ihre bildungspolitische Funktion weiterzuentwickeln und ein immer breiteres Publikum aus der Gesellschaft, der örtlichen Gemeinschaft oder der Zielgruppe, für die sie eingerichtet sind, anzuziehen. Die

Wechselbeziehung des Museums mit der Gesellschaft und die Förderung ihres Erbes sind unmittelbarer Bestandteil des Bildungsauftrages eines Museums.“
(http://www.icom-oesterreich.at/shop/data/container/code_2010.dt.pdf)

Ogleich die Funktion des Museums als Bildungsort unumstritten scheint und dementsprechend auch in Gesetzesentwürfen und Richtlinien betont und auch zu Legitimationszwecken genutzt wird, handelt es sich um eine vage Definition dieses vieldeutigen Bildungsbegriffes. Der in musealen Kontexten verwendete Bildungsbegriff bezieht sich meist nicht auf die Vermittlung von thematischen Informationen, von Faktenwissen, wengleich dies oftmals erwartet wird:

KuratorIn 3: „[...] wie gesagt wir haben ja sehr viele Schulen im Haus und unser Museumsprogramm gerade für Schulen ist sehr innovativ, finde ich, was sogar die Lehrer fast ein bissl verblüfft. Die erwarten sich so jetzt lernen meine Kinder, so jetzt können wir das Thema Judentum abhaken, ja, die Geschichtslehrer und die Religionslehrer, die sich erwarten, die und die Info kriegen wir dann, aber die Museumspädagogin geht sehr spielerisch damit um, [...] es geht gar nicht so sehr drum Fakten zu vermitteln, es geht mehr, also auch in der Vermittlung geht es mehr darum dass die Jugendlichen selbst aktiv werden und selbst was finden, das ist eigentlich die Idee also es soll net Fakten vermittelt bekommen...ausschließlich.[...]“

Vielmehr soll ein Bewusstsein um den Wert musealer Sammlungen ausgebildet werden, bestimmte (legitime?) Rezeptionsarten erlernt werden, die auch bewusst als Gegensatz zu den Wahrnehmungsweisen der Massenmedien verstanden werden sollen. Jedoch: für meine GesprächspartnerInnen, alle IndividualbesucherInnen, fehlten, da ja vorausgesetzt, die Verweise auf derlei Absichten in der Regel innerhalb der Präsentation bzw. konnten, wie meine Beobachtungen zeigten, von den wenigsten dechiffriert werden. Christine Bäumler beschreibt den im musealen Kontext gebräuchlichen Bildungsbegriff als jenes „idealisierte Bildungsverständnis des Bildungsbürgertums, [...] [aus dem sich auch] das Selbstverständnis der musealen Akteure speist, die in der Regel [...] diesem Milieu entstammen“ (Bäumler 2007, S. 43). Ebenso wenig wie jenes Bildungsverständnis, das nach einem messbaren Wissenszuwachs verlangt, stellt auch dieses elitäre Bildungsverständnis „keine konsensfähige Basis mehr dar, da sich das bildungsbürgerliche Milieu zunehmend auflöst und das elitäre und ehemals unangetastete sich selbst genügende Bild des Museums gleich mit.“ (Bäumler 2008, S. 44).

Und dennoch ist Publikum nicht gleich Publikum. Die Wahl der sogenannten Zielgruppen ergibt sich, so meine Vermutung, einerseits oftmals aus ökonomischen Überlegungen aufgrund deren Berechenbarkeit: SchülerInnen aber auch SeniorInnen, können, in

Gruppen zusammengefasst und planbar, mit Schwerpunktprogrammen von der Vermittlungsabteilung versorgt werden. Ihre direkte Berücksichtigung in der Präsentation ist, meinen Recherchen zufolge jedoch (noch) gering. Allerdings muss auch hier zwischen ständigen Schausammlungen und Sonderausstellungen unterschieden werden, wobei in letztgenannten noch eher zielgruppenspezifische Angebote bereitgestellt werden (ich denke hier nur an „Kinderschienen“). Inwieweit dies im Zusammenhang mit ihrer, im Vergleich zu den ständigen Schausammlungen, Entstehung jüngeren Datums oder/und mit ihrer kurzfristigen Dauer steht, gälte es zu überprüfen.

Sofern von anderen Instanzen unbeeinflusst, spiegeln besonders die Inszenierungen einer (ständigen) Schausammlung ein deutliches Bild von jener Zielgruppe wider, mit der sich die jeweiligen KuratorInnen am stärksten zu identifizieren scheinen, da sie dem eigenen gesellschaftlichen Bezugsfeld am nächsten zu stehen scheinen. Michael Fehr skizzierte in seiner *„Kurzen Beschreibung eines Museums, das ich mir wünsche“* die persönlichkeits- oder vielmehr milieubedingten Merkmale der BesucherInnen seines fiktiven Museums, er imaginierte ein Publikum,

„[...] das an der Reflexion und Entwicklung aller Formen der Fabrikation und Darstellung von Erkenntnissen und Wissen Interesse hat, das Alternativen zu den politischen Argumentationsstilen der Medien und dem zweckrationalen-linearen Denken der Wissenschaften sucht, das um die Macht der Bilder weiß und Bilder als Bilder ernst nimmt, Räume: Stimmungen und Atmosphären wahrnehmen und sich ein eigenes Urteil bilden kann und will“. Personen mit diesen Qualitäten sind für ihn jene, *„die auf Flohmärkten und in Fachgeschäften zuhause sind, doch sich nicht scheuen, gegebenenfalls auch mal bei Hertie oder Aldi einzukaufen, die in einfachen, aber guten Restaurants zu finden sind, die FAZ und TAZ lesen, mehr Bücher als Platten besitzen, ihren Beruf nicht nur zum Geldverdienen ausüben und wissen, dass alles, was gegeben ist, auch wieder genommen werden kann“* (Fehr 2003, S. 2)

Fehr schien mir jene, hier in der Fiktion unverblümt dargestellte Meinung vor Augen zu führen, die noch immer in so manchen DirektorInnen- und KuratorInnenköpfen maßgebend zu sein vermag. Eine Bereitschaft, all jenen, denen es, aus welchen Gründen auch immer, noch verwehrt war, diese reflexive, kritische Haltung einnehmen zu können, eine Ausbildung derselben im Rahmen von Ausstellungen zu ermöglichen, wurde in diesem Fall nicht in Erwägung gezogen. Das „gebildete“ Bewusstsein wurde vielmehr vorausgesetzt bzw. eingefordert, um der wie beispielsweise in der ehemaligen Dauerausstellung des Jüdischen Museums Wien trotz (bzw. aufgrund) fehlenden Narrativs vorgegebenen Lesart folgen zu können. Dies erinnert an die Rezeptionstheorie

Pierre Bourdieus, wonach erst der entsprechende Habitus ein adäquates Bewegen im Kunstfeld ermöglicht und ausschließlich die im sozialen Umfeld erlernte Wertschätzung von Kunst deren ästhetisches Potential eröffnet. Bourdieus Konzept, das „[...] dem mit Hilfe von Alltagswissen rezipierenden Akteur die Möglichkeit ab[spricht], die Arbeiten als Kunst rezipieren zu können“ (Zahner 2011, S. 257) stellt allerdings keine empirisch nachweisbare Erklärung dafür dar, weshalb sich das Kunstpublikum zum Großteil aus Bildungseliten formiert (Zahner 2011, S. 254-270). Sehr wohl aber, so meine These, mag das Wissen der um die Erwartung einer legitimen Rezeptionsweise seitens des Museums potentielle BesucherInnen zu verunsichern und von einem Museumsbesuch abzuhalten, aus Bedenken, sie würden über keinen angemessenen Habitus verfügen.

Diese Kapazität bzw. die Bereitschaft diese legitime Rezeptionsweise zu praktizieren, wurde von den KuratorInnen am ehesten noch dem nicht näher definierten „Stammpublikum“ zugeschrieben. Mit diesem konnten auch die meisten Identifikationspunkte festgestellt werden, sie schienen den Wertkodex des jeweiligen Museums zu teilen und letztendlich durch ihre positiven Rückmeldungen sogar zu festigen. Diese Besuchergruppe teilte mit ihm bzw. seinen Akteuren, um mit Pierre Bourdieu zu sprechen, die „Illusio“, den Glauben an den Sinn ihres Agierens. „Alle, die sich in einem Feld und in dem in ihm stattfindenden Spiel engagieren, gehen [...] einen Konsens ein. Sie teilen das Grundinteresse, das dasjenige an der Existenz des Feldes ist. [...] die Akteure [...] tragen durch den geteilten Glauben und ihr darauf beruhendes Engagement zur Reproduktion des Feldes bei“ (Bourdieu 1993, S. 109). Dieser kann auch bei FachkollegInnen grundsätzlich vorausgesetzt werden. Sie sind ebenso „Herrschende [...], die die Legitimität innerhalb des Feldes bestimmen“ und diese auch erhalten wollen (Jurt 2008, S. 8), im Falle der restlichen Stammbesucher würde wohl die Beschreibung als „Beherrschte, die eine konservative Position einnehmen“ (ebd.) treffend sein. Seitens des ökonomischen Feldes und bei den mit seinem marktstrategischen Finessen animierten Besucherschichten kann mit einer diesbezüglichen Solidarität nicht mehr gerechnet werden.

Im gleichen (kulturellen) Feld bewegen sich allerdings auch noch jene, die zwar keine Zweifel an der Erhaltung des Feldes hegen, jedoch die Legitimität derer, die es beherrschen, in Frage stellen. Sie wollen das Feld nicht abschaffen, sondern revolutionieren um selber an die Macht zu gelangen (ebd.). Im musealen Kontext denke

ich hier an die Bestrebungen nach Mitbestimmung seitens der GestalterInnen aber auch an die der (neu etablierten) KulturvermittlerInnen.

Die auch in kulturhistorischen Museen verstärkte Etablierung der GestalterInnen kann meines Erachtens wohl besonders im deutschsprachigen Raum mit dem historisch gewachsenen und im 19. Jahrhundert von Wilhelm von Humboldt begründeten Museumsverständnis in Verbindung gebracht werden: die Idee von einem Museum als Tempel der Künste und der damit einhergehende Ästhetisierungstrend, der die „ästhetische Welt“ nicht nur von der „historischen“ trennte, sondern sie auch ihr voranstellte. Schon dazumal versuchten Volkskundemuseen durch die Umbenennung in Volkskunstmuseen ihre ethnographischen Objekte aufzuwerten (Korff 2007, S. 114-117). Während die bis heute immer noch prestigeträchtigeren Kunstmuseen meinen, aber auch den Beobachtungen meiner InterviewpartnerInnen zufolge, (aus ihrer sicheren Position heraus) verstärkt ihre Kunstobjekte in kulturhistorischen Kontexten anzubieten wagen - Gottfried Korff bezeichnet dies als „Entkunstung“ bzw. „Ethnologisierung“ (Korff 1994a zit. nach Gorgus 1999, S. 11) - schienen besonders wieder seit den 1990er Jahren die kulturhistorischen bzw. ethnographischen Museen nach wie vor überzeugt, nicht nur ihre Objekte mittels künstlerischen Inszenierungen aufwerten zu müssen, sondern auch Kunst den Inhalten vorzustellen zu müssen. Während die Kunstmuseen auf diese Weise breitere BesucherInnenkreise anzusprechen vermögen, bleiben die künstlerischen Überlegungen, aber auch die historischen Inhalte derartiger kulturhistorischen Ausstellungen für viele im Dunkeln. Mit einer zunehmenden Publikumsorientierung scheint dieser Trend jedoch wieder rückläufig.

Während in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts KulturpolitikerInnen, wenngleich aus wirtschaftlichen Überlegungen, aber auch dem Zeitgeist entsprechend, sich als Motivatoren für eine besucherorientierte Präsentationsform aussprachen, so kann gegenwärtig eine reservierte Positionierung der PolitikerInnen beobachtet werden. Nach Angaben meiner GesprächspartnerIn aus dem Kulturministerium würden Fördergelder entsprechend den allgemeinen Förderbestimmungen vergeben (vgl. <http://www.bmukk.gv.at/kultur/foerderungen/museen/index.xml>), eine Einmischung seitens des Ministeriums in die Gestaltung der Präsentation aber auch in andere museale Aufgabenbereiche würde aber nicht erfolgen, hier sollte die Autonomie der Kulturschaffenden nicht angetastet werden.

Das Bundesmuseengesetz aus dem Jahre 1998, welches dem Rechtswissenschaftler und stellvertretenden Vorsitzenden des Kuratoriums des KHM, Theo Öhlinger, zufolge, hauptsächlich auf die Entlastung des Bundesbudgets abzielte, enthielt anfänglich nur indirekt Vorgaben hinsichtlich publikumsorientiertem Agierens, insofern, dass abgesehen von einer Basisabgeltung seitens des Bundes, die Museen ihre Einnahmen zum großen Teil selbst erwirtschaften müssen. Auch Öhlinger schrieb es der „prekäre[n] finanzielle[n] Situation [zu], die die Museen zu ständigen publikumswirksamen Aktivitäten und einem Marketing zwingt, das gelegentlich eine Grenze erreicht, die für einen früheren Direktor des KHM noch als unübersteigbar galt.“ (Öhlinger 2008, S.53).

Erst den Interventionen des Verbandes der KulturvermittlerInnen war es zu verdanken, dass folgende Passage in den Gesetzestext des Bundesmuseengesetzes Eingang finden konnte (und auch vom Wiener Museumsgesetz übernommen und um die Zielgruppe Senioren erweitert wurde) (Stöger 2003, S. 14f):

„Als umfassende Bildungseinrichtungen entwickeln sie zeitgemäße und innovative Formen der Vermittlung besonders für Kinder und Jugendliche“¹

Auch der Einfluss des urbanen Umfeldes, von dem die besprochenen Museen umgeben sind, sollte an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben. Raum und Museen beeinflussen sich hierbei gegenseitig. Einerseits tragen museale Einrichtungen als Repräsentanten von Hochkultur dazu bei, dem Standort, der sie umgibt, Prestige zu verleihen, andererseits werden aufgrund eines bestimmten Standortes dementsprechende repräsentative Ansprüche an das Museum gestellt. Überdies gewinnt die Benennung von Besonderheiten um im Wettbewerb mit anderen Städten konkurrenzfähig zu bleiben, zunehmend an Bedeutung, der „Inszenierungsdruck für Städte steigt“ (Löw 2008, S. 120).

Von zentraler Bedeutung für den Transport von Images erweist sich zunehmend der Kultursektor (ebd.). Was das Image Wiens betrifft, so scheint sich die Stadt einerseits mit dem Nimbus der (historischen) imperialen aber auch bürgerlichen Eliten und deren

¹ <http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001728>
<http://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtsvorschriften/html/i1350000.htm>
Alle Angehörigen der gut 40 dazwischen liegenden Lebensjahre, die ebenfalls einen beträchtlichen Anteil der Besucherschaft ausmachen, blieben auch hier weitgehend ausgeblendet.

klassischen Verständnis von Hochkultur darstellen zu wollen (wie es auch schwerpunktmäßig in der ständigen Schausammlung des Wien Museum Karlsplatz dargestellt wird), andererseits soll dies, einer „Weltstadt“ gemäß, auch als Nährboden für die Ausbildung einer modernen, multikulturellen, künstlerischen bzw. kulturellen Avantgarde verstanden werden, deren Bestrebung es ebenso ist, die Exklusivität beizubehalten und sich dementsprechend dem urbanen Publikum zu präsentieren.

9 RESÜMEE und PERSPEKTIVEN

Ziel der Arbeit war es, jene Barrieren aufzuzeigen, die sich für die Lesbarkeit musealer Inszenierungen im Sinne einer Teilhabe an Wissen als hinderlich erwiesen. Dies erfolgte durch die Analyse des Besuchsverhaltens meiner GesprächspartnerInnen, deren Ergebnisse mit den entsprechenden Stellungnahmen der befragten MuseumsmitarbeiterInnen, mit Aussagen wissenschaftlicher Publikationen aber auch mit persönlichen Beobachtungen bzw. meinem Kontextwissen als Kulturvermittlerin in Beziehung gebracht wurden.

Die Sonderstellung meiner semiprofessionellen InterviewpartnerInnen zeigt sich einerseits in der verstärkten Aufmerksamkeit bezüglich (meist architektonischen) Details der Präsentationen bzw. in der Wahrnehmung von Bedeutungsebenen, die von den meisten BesucherInnen unerkant bleiben. Andererseits konnte mehrheitlich in den Fällen der besprochenen Museumsbesuche innerhalb des Lehrplanes ein geringeres Interesse am Ausstellungsthema beobachtet werden, weshalb ihr Verhalten in diesen Museen eher dem von Schulgruppen als dem freiwilliger BesucherInnen zuzuordnen ist.

Wenngleich es sich bei meinen GesprächspartnerInnen bezüglich Alter und Ausbildung bzw. Studienrichtung um eine scheinbar homogene Gruppe zu handeln schien, zeigte sich bezüglich ihrer Besuchspraxis aber auch ihrer thematischen Präferenzen ein heterogenes Bild. Der Besuch von Museen war in unterschiedlichem Ausmaß habitualisiert, teils begründet durch die räumliche Distanz zu musealen Einrichtungen. Dennoch konnten einige wesentliche Parameter offengelegt werden, die von allen gleichermaßen für einen gelungenen Ausstellungsbesuch bedeutsam erachtet wurden, und sich infolgedessen auch für eine Auseinandersetzung mit den jeweiligen Präsentationen zuträglich erwiesen:

Soziale Interaktion mit dem persönliche Umfeld bzw. Begleitpersonen: Begleitpersonen konnten zu einem Museumsbesuch motivieren, sie konnten während des Besuches informieren; das Bedürfnis nach Geselligkeit selbst erwies sich als ausschlaggebend für die Entscheidung, eine Ausstellung besuchen zu wollen. Wenngleich nicht beabsichtigt, so konnte durch das Sprechen über das Ausgestellte auch einen Lernerfolg erzielt werden. Da der Austausch mit Begleitpersonen von großer Bedeutung erachtet wurde, standen meine GesprächspartnerInnen allen Vermittlungsformen wie Führungen aber auch Audio-Guides, die sich einer solchen hinderlich erwiesen, weitgehend ablehnend gegenüber.

Permanent verfügbare, Informationsangebote, auf die bei individuellem Bedarf zurückgegriffen werden konnte, wurden hingegen positiv beurteilt.

Individualität: Gemäß ihrem Selbstverständnis als IndividualistInnen und ihren sollte der Ausstellungsbesuch möglichst selbstbestimmt gestaltet werden können. Der Handlungsspielraum sollte durch möglichst wenige Vorgaben seitens des Museums beschränkt werden. Dies setzte allerdings voraus, dass man sich inhaltlich aber auch räumlich selbstständig zurechtfinden konnte.

Orientierung: Ausreichende Orientierung stellte somit ein weiteres Kriterium für die Bereitschaft, sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen, dar. Wissend um die Komplexität aber auch Begrenztheit der Darstellungsmöglichkeiten von kulturhistorischen Zusammenhängen in musealen Präsentationen, plädierten meine GesprächspartnerInnen dementsprechend für eine inszenatorische Hervorhebung einzelner Exponate, die, mit einem kurzen, verständlichen Narrativ versehen, eine inhaltliche Orientierung im Gesamten ermöglichen konnten. Die Ergebnisse meiner Arbeit zeigen, dass davon ausgegangen werden muss, dass das Publikum Orientierungshilfen benötigt, seien es praktische aber auch intellektuelle, um zu vermeiden, dass die BesucherInnen ihr Nicht-Wissen öffentlich preisgeben müssen. Inwieweit die/der Einzelne davon Gebrauch macht sollte ihr/ihm letztendlich selbst überlassen bleiben. Dies käme auch ihren Ansprüchen an die Gestaltung der Zeit entgegen, die möglichst intensiv und bereichernd erlebt werden wollte.

Identifikationsmomente: Die Bereitwilligkeit, sich auf die Inszenierung einzulassen stieg mit der bereitgestellten Anzahl an Identifikationsmomenten, inhaltlichen, aber auch ästhetischen, die den Rezeptionsgewohnheiten bzw. dem Habitus der StudentInnen entgegenkamen. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Möglichkeit, sich in der Ausstellung wiederzufinden, sich identifizieren zu können, positiv auf das eigene Identitätsbild zu wirken vermag. Entsprechend den Idealen einer sinnvollen Freizeitgestaltung sollten Ausstellungen unterhaltsam und abwechslungsreich gestaltet sein, aber auch neues Wissen und neue Perspektiven bieten. Museen wurden von allen meinen GesprächspartnerInnen als Bildungsinstanzen im Sinne von Wissenszuwachs bzw. Erkenntnisgewinn verstanden. Diese eingangs erwähnte Teilhabe am Wissen bedeutet Inklusion und stellt somit die wesentlichste Komponente der Identitätsbildung

dar. Entsprechend der Erwartung einer wissenschaftlichen Seriosität wurden klare und nicht wertende Aussagen erwartet, die den Sinn des Gezeigten verdeutlichen sollten¹. Dies sollte in einer angenehmen, abwechslungsreichen und unterhaltsamen Atmosphäre geschehen, frei von Situationen, die die eigene Zulänglichkeit infrage stellen oder diskreditieren könnten. Dies entspricht auch den weiteren Ansprüchen an die freie Zeit, jenem Teil der Lebenszeit, für den wiederum die Möglichkeit der Selbstbestimmtheit, der individuellen Selbstentfaltung, der Ungezwungenheit und Sinnhaftigkeit gegeben sein sollte. Was allerdings bedeutet, dass auch ihre passive Haltung, welche aus unterschiedlichsten bereits genannten Motivationen zumeist präferiert wurde, berücksichtigt werden wollte.

Hans: „Ich glaub’, dass man vom Publikum nicht mehr erwarten kann [lacht]. Ich kann ja nicht sagen, ich erziehe mein Publikum...ja natürlich gibt’s auch die Möglichkeit, aber da denk ich mir schon irgendwie, als Besucher und Besucherin geh ich ins Museum, weil ich mir was erwarte oder weil ich das gerne mach’, es kommt drauf an, ob ich etwas lernen will, weil man Lust drauf hat oder Spaß und Freude daran haben will, und ich glaub, wenn man da von der Museumsseite nichts entgegenbringt wo man sagt, dass der Besucher eine Freude hat, oder Spaß, dann glaub ich geht man nicht gern in ein Museum.[...]“

Die Beschäftigung mit einschlägiger Fachliteratur aber auch die Gespräche mit den KuratorInnen ließen anstelle eines Entgegenkommens viele Forderungen, betont durch entsprechendes Vokabular, zutage treten. Vom Publikum wurde Bereitschaft und Interesse *gefordert* und *erwartet*, ihm wurde *zugemutet*, es wurde in Kauf genommen, dass es auf Kosten von Inszenierungen *verstört* und *verunsichert* wurde. Während SchülerInnen und andere als Zielgruppen definierten Publikumsteile mittels Spezialprogrammen von MitarbeiterInnen der Vermittlungsabteilung versorgt wurden, blieben besonders die Bedürfnisse jener, die alleine oder in Begleitung als Individualbesucher die Ausstellung besuchten in vielen Fällen unberücksichtigt und unerforscht. Allerdings bedeutet ein Ernstnehmen ihrer Ansprüche einen direkten Einfluss auf die Konzeption der Ausstellung, die bisweilen als Spiegel des Wertekosmos der jeweiligen KuratorInnen verstanden wurde. Diese „Orientierung am Eigenen“ kann auch als Verursacher so mancher unbeabsichtigter Verständnisbarrieren werden. Dabei handelt es sich nicht nur um kognitive, sondern auch emotionale Differenzen zum Publikum. Was von den KuratorInnen voll Begeisterung als „Schatzkammer“ definiert wurde, die es zu bestaunen galt, wirkte auf meine GesprächspartnerInnen weit weniger faszinierend (sie wurde in einem Fall sogar als „Sammelsurium“ titulierte) ebenso wenig auf manch andere

BesucherInnen, die den Angaben von *KuratorIn 3* nur einen kurzen Blick darauf warfen und den Raum wieder verließen. Eine Front-end-Evaluation könnte solchen Missverständnissen entgegenwirken. Wenngleich vielen KuratorInnen auch bewusst sein mag, dass es sich hierbei „weniger um die Bestimmung und Kontrolle durch das Publikum, als um die Förderung von Kommunikation und Dialog zwischen Museum und BesucherInnen“ (Estermann 2008, S. 40) handelt, so würde dadurch auch ein eindeutiges Zeichen der Bereitschaft gesetzt werden, in einen Dialog mit dem Publikum eintreten zu wollen.

Dennoch schien man sich, zumindest den Gesprächen der KuratorInnen aber auch den Aussagen der Publikationen zufolge, der aktuellen Bedeutung des Publikums zumindest für die Existenzberechtigung eines Museums bewusst zu sein. Dies bedeutete allerdings keineswegs, dass dieser Umstand zu einer generell besucherfreundlichen Haltung führte. Vielmehr ließen Inszenierungsarten aber auch Reaktionen auf Besucherwünsche auf ein durchaus ambivalentes Verhältnis schließen, für das sich die beobachteten und erzählten Missverständnisse geradezu symptomatisch erwiesen. Mangelnde Übereinstimmung mit den Bedürfnissen der BesucherInnen ergab sich nicht nur aufgrund fehlender Ergebnisse aus Publikumsforschungen, vielmehr schien es der mangelnden Bereitschaft zuzuschreiben sein, solche Ergebnisse auch in der eigenen Arbeit berücksichtigen zu wollen.

In der Zusammenschau des Datenmaterials zeigte sich besonders unter Zuhilfenahme der kulturtheoretischen Ansätze des Soziologen und Ethnologen Pierre Bourdieus sehr deutlich die Bedeutung von Distinktionsprozessen für die Konstruktion der eigenen (kulturellen) Identität. Unter diesen Bedingungen konnte auch die Beziehung der Museen zu ihren BesucherInnen gelesen werden:

„Es gibt Freunde und Feinde. Und es gibt *Fremde*“ schreibt Zygmunt Baumann im ersten Satz seines Aufsatzes „Moderne und Ambivalenz“ und gibt damit zu verstehen, dass letztgenannte als nicht eindeutig zuordenbar, also ambivalent erlebt werden und somit Verunsicherung auslösen. „Sie setzen der ordnenden Macht der Gegensätze ein Ende. Gegensätze ermöglichen Wissen und Handlung; Unentscheidbare lähmen. Sie decken brutal die Fragilität höchst sicherer Trennungen auf. Sie bringen das Äußere ins Innere und vergiften die Bequemlichkeit der Ordnung mit dem Misstrauen des Chaos.“

(Baumann 1998, S. 26). Es sind die Erwartungen und Bedürfnisse der BesucherInnen, die scheinbar zu einem Verlassen der alten Dichotomien *zwingen*, ihre Frage nach beispielsweise „unterhaltsamer Bildung“ verursacht ambivalente Gefühle, die, je abstrakter diese abgehandelt werden, jene Ungewissheit verstärken, ob die Unbekannten näher dem „Eigenen“¹ oder dem „Anderen“ zuzuordnen sind.

Eine ambivalente Einstellung blockiert bzw. verzögert allerdings die Handlungsfähigkeit. Ambivalent bewertete Situationen bedürfen eines von Ratio und Emotionen geprägten Prozesses zur Entscheidungsfindung (Hänze 2002, S. 4 und 191). Dessen Dauer wird von der jeweiligen Persönlichkeitsstruktur beeinflusst, Hänze nennt hierbei nach Kuhl die Variablen Handlungsorientiertheit und Lageorientiertheit (Kuhl 1994 zit. nach Hänze 2002, S. 6). Als handlungsorientiert gelten Personen, die schnell, oftmals impulsiv ihre Entscheidungen treffen, sie sind oftmals im Bereich der Wirtschaft zu finden, während Lageorientierte nach viel Zusatzinformationen suchen um möglichst sorgfältig auch in Hinblick auf die Konsequenzen der Entscheidung abwägen zu können. Dass VertreterInnen der Geistes- bzw. Sozialwissenschaften den zuletzt genannten zugeordnet werden können, versteht sich fast von selbst.

Die ambivalente Einstellung kann aber auch dazu führen, dass der Entscheidungsprozess erst gar nicht begonnen oder abgebrochen wird; die Entscheidung wird verschoben, jemand anderem übertragen oder dem Zufall überlassen (Hänze 2002, S. 5f). Bei den meisten MuseumsbetreiberInnen bestehen die Wahlmöglichkeiten eigentlich darin, entweder in der Ambivalenz zu verharren oder aufgrund ausreichend positiver Aspekte (Hänze 2002, S. 120) sich für eine Besucherorientierung zu entschließen. Eine definitive Entscheidung gegen die BesucherInnen wäre nicht möglich, solange negative ökonomische Konsequenzen zu erwarten sind.

Aus dieser Perspektive mögen auch die ersten, selbst wenn von ökonomischer Seite kommenden, Impulse zu einer Publikumsorientierung dazu beigetragen haben, einen

1 Das „Eigene“ schien im Falle der KuratorInnen der elitäre „legitime“ Geschmack der Herrschenden im kulturellen Feld zu sein, der im Falle einer Annäherung an die „Besuchermassen“ an Besonderheit verlieren könnte. Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang von den „apokalyptischen Visionen von „Nivellierung“, „Banalisierung“ und „Vermassung“, [...] der Abfall ins Homogene und Undifferenzierte [...] [das] die Reservate bürgerlicher Exklusivität zu überschwemmen [droht]“ (Bourdieu 1999, S. 731)

neuen Weg einzuschlagen, der allerdings im eigenen, kulturellen Feld erst vorsichtig ausgehandelt und legitimiert werden muss.

Der gesellschaftliche Wandel und die damit verbundenen Veränderungen stellten tatsächlich viele neue Erwartungen an die KuratorInnen. Doch Momente des Wandels, Übergänge, bedeuten, wie wir seit Arnold van Gennep wissen, auch Krisen (für die Identität), da eine Ordnung verlassen werden muss um sich einer neuen eingliedern zu können (Kaschuba 2006, S. 187f). Dazwischen liegt ein (unbehaglicher) Schwellenzustand. Ein gutes Beispiel von „nicht-mehr“ aber auch „noch-nicht“ konnte an den Stellungnahmen von *KuratorIn 3* ausgemacht werden. *KuratorIn 3* distanzierte sich anfänglich sowohl von der ehemaligen Ausstellung indem diese als „*Idee der früheren Chefkuratorin*“ präsentiert wurde, aber auch die Überlegungen zu der gegenwärtigen Inszenierung dem „*Wunsch der Geschäftsleitung*“ entsprachen. Die Verabschiedung von einer im kulturellen Feld mit symbolischem Kapital überhäuftten Inszenierungsform benötigte Zeit, es schienen die Nähe zum Publikum und die dementsprechenden Beobachtungen ihren Beitrag zu leisten, das Neue als das Eigene ausweisen zu können:

KuratorIn 3: „[...] Also die ist wirklich besucherfreundlicher diese Variante. Ich merk jetzt auch, dass sich die Besucher jetzt länger [...] aufhalten. Früher war es wirklich so, dass die Leute einen kurzen Blick gemacht haben und dann wieder gingen, je nachdem [...], es war, ja, es war anders, und es ist auch durchaus legitim, jedes Haus geht ja immer wieder, nach einer gewissen Zeit wird die Dauerausstellung neu gestaltet, oder, man ändert immer wieder.“

In der anderen musealen Einrichtung war der Abschied von der ständigen Schausammlung bereits vollzogen, das Identitätsbild des Museums konstituierte sich bereits über die Präsentationsformen der Sonderausstellungen.

Nicht nur die BesucherInnen sondern ebenso die KuratorInnen benötigen die grundlegenden Elemente der Identität, das Gefühl selbst zu bestimmen, selbst handlungsfähig zu bleiben. Dementsprechend sollte auch die Aufwertung des Publikums im eigenen Feld geschehen. Eine Entwicklung dahin ist bereits im Gange und sowohl in den Diskursen als auch in ihrer Vergegenständlichung, den Ausstellungen selbst nicht zu übersehen. Praxisorientierte Erkenntnisse und Lösungsansätze gibt es genug, ein verstärktes (an den Universitäten) institutionalisiertes Ausbildungsangebot würde sicherlich noch einen wertvollen Beitrag leisten.

Eine Auslagerung der Publikumsbelange an externe Marketingbereiche bedeutet auch, dass mit deren Methoden operiert wird. Dies birgt meines Erachtens die Gefahr, dass sich so manches Museum, entsprechend den Werten des ökonomischen Feldes zu einem (letztendlich profitorientierten) gefälligen „Teddybärmuseum“ (Korff 2009, S. 67) entwickelt, in dem kulturwissenschaftlich relevante Belange nur mehr marginal wahrgenommen werden. Mit einem gesellschaftsorientierten Ansatz der Publikumsforschung, bei dem das Museum ein sozial-kulturelles Ziel verfolgt, und dies mithilfe eines besseren Verstehens der BesucherInnen einem möglichst großen Publikum zu vermitteln versucht (Reussner 2010, S. 48), vergrößert sich, wie ich meine, auch die Chance, dass eine museale Präsentation auch dazu genutzt werden kann, um „einerseits die historisch-kulturellen Wurzeln unserer Lebenswelt, ihre Pluralität und Umstrittenheit offen[zulegen] und andererseits die Folgen der modernen zivilisatorischen Entwicklung in ihren Widersprüchlichkeiten [zu] erkunden und zur Diskussion stellen [zu] könne[n]“ (Korff 2009, S. 67).

Gerade Ergebnisse von wissenschaftlichen Disziplinen wie Soziologie oder Europäische Ethnologie aber auch der Psychologie, deren Forschungen auch die Entstehung von Distinktionsmechanismen zu erklären versuchen, können für die Beforschung des Publikums aber auch der Institution Museum einen wichtigen Beitrag leisten.

Dadurch könnte vor allem verhindert werden, dass Personen, die sich bereits freiwillig und mit einem Grundinteresse und den entsprechenden intellektuellen Fähigkeiten ausgestattet in ein Museum begeben, jedoch bedingt durch Exklusionsprozesse demotiviert und somit womöglich vertrieben werden. Dass dies keineswegs nur Angehörige unterer Bildungsschichten betrifft, sondern ganz im Gegenteil, angehende KulturwissenschaftlerInnen selbst, sollte mittels dieser Arbeit deutlich zum Ausdruck gebracht werden.

Dass der Traum der KulturpolitikerInnen der 1970er Jahre, ein „Museum für alle“ schaffen zu können, auch weiterhin ein solcher bleiben wird, ist wohl jedem bewusst, doch gibt es auch noch eine Vielzahl unter den Nicht-BesucherInnen, die sehr wohl ein Interesse an Kultur bekunden und auch mit werbestrategisch einfachen Methoden erreicht werden könnten (und in vielen Ausstellungen auch werden). Eine Motivation zum Erstbesuch ist aber nur dann sinnvoll, wenn vor Ort noch allfällige Ressentiments und

Barrieren (auch mittels einer ansprechenden Atmosphäre) auch innerhalb der Ausstellung abgebaut und nicht bestätigt werden.

Mechanismen von intellektueller und sozialer Exklusion sollten, besonders in kulturhistorischen Museen, im Sinne einer Selbstreflexion der BetreiberInnen, aber auch in der Ausstellung thematisiert und nicht praktiziert werden. Damit wäre meines Erachtens ein wesentlicher Teil eines zeitgemäßen Bildungsauftrages hinlänglich erfüllt.

10 LITERATUR

- Baumann, Zygmunt:** Moderne und Ambivalenz. In: Bielefeld, Uli (Hg.): Das Eigene und das Fremde: neuer Rassismus in der Alten Welt? Hamburg 1998, S. 23-49.
- Bäumler, Christine:** Bildung und Unterhaltung. In: Kirchhoff, Heike/Schmidt, Martin (Hg.): Das magische Dreieck. Die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren, Museumspädagogen und Gestaltern. Schriften des Bundesverbandes freiberuflicher Kulturwissenschaftler. Bielefeld 2007, S. 41-56.
- Bechtel, Robert B. / Churchman, Arza:** Handbook of environmental psychology. New York 2002.
- Behrens, Gerold:** Lerntheorien. In: Tietz, Bruno / Köhler, Richard / Zentes, Joachim (Hg.): Handwörterbuch des Marketing. 2. Auflage, Stuttgart 1995, Sp. 1405-1415.
- Berlyne, Daniel E.:** Konflikt, Erregung, Neugier. Zur Psychologie der kognitiven Motivation. Stuttgart 1974.
- Black, Graham:** Creating a Learning Environment. In: Kraeutler, Hadwig (Hg.): Heritage Learning Matters. Museums and Universal Heritage. Proceedings of the ICOM/CECA'07 Conference, Vienna, August 20-24, 2007. Vienna 2008, S. 63-76.
- Borchhardt-Birbaumer, Brigitte / Julia Urbanek:** Bildung braucht auch Verführung. Interview mit Wolfgang Kos. In: Wiener Zeitung, Printausgabe vom 14.7.2007.
- Bosch, Aida:** Konsum und Exklusion. Eine Kulturosoziologie der Dinge. Bielefeld 2010.
- Bourdieu, Pierre:** Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Göttingen 1983, S. 183-198.
- Bourdieu, Pierre:** Soziologische Fragen. Aus dem Französischen von Hella Beister. Dt. Erstausgabe, erste Auflage. Frankfurt am Main 1993.
- Bourdieu, Pierre:** Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Aus dem Französischen von Hella Beister. Frankfurt am Main 1998.
- Bourdieu, Pierre:** Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Übersetzt von Bernd Schwibs und Achim Russner. 11. Auflage, Frankfurt am Main 1999.
- Brückner, Uwe R.:** Wirkung und Einfluss von szenographischen Gestaltungsmitteln auf die Vermittlung von Inhalten im inszenierten Raum. In: Neues Museum 2005/4 / 2006/1, S. 32-40. (http://www.museumsbund.at/nm_2005_04_02.html) (Zugriff am 23.5.2011).
- Csikszentmihaly, Mihaly:** Flow. Das Geheimnis des Glücks. 15. Auflage. Stuttgart 2010.
- Davey, Gareth:** What is Museum Fatigue? In: Visitor Studies Today, Vol 8 (Issue 3), S. 17-21. (http://historicalvoices.org/pbuilder/pbfiles/Project38/Scheme325/VSA-a0a5y5-a_5730.pdf) (Zugriff am 5.3.2010).
- Doehlemann, Martin:** Langeweile? Deutung eines verbreiteten Phänomens. Neue Folge Bd. 641. Frankfurt am Main 1991.

Eco, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften. Ins Deutsche übersetzt von Walter Schick. 9., unveränderte Auflage der dt. Ausgabe. Heidelberg 2002.

Eickelpasch, Rolf / Rademacher, Claudia: Identität. Bielefeld 2004.

Estermann, Eva: Vor der Kür die Pflicht. In: neuesmuseum. die österreichische museumszeitschrift. Oktober 2008 (08/3), S. 38-43.

Felt, Ulrike: „Öffentliche“ Wissenschaft. Zur Beziehung von Naturwissenschaften und Gesellschaft in Wien vor der Jahrhundertwende bis zum Ende der Ersten Republik. In: Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften. 7. Jg. Heft 1/1998, S.45-66.

Fischer-Lichte, Erika: Inszenierung und Theatralität. In: Willems, Herbert / Jurga, Martin (Hg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen 1998, S. 81-90.

Froschauer, Ulrike / Lueger, Manfred: Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme. Wien 2003.

Gebhardt, Winfried/ Hitzler, Ronald/ Pfadhauer, M. : Einleitung, in: Gebhardt, W./ Hitzler, R./ Pfadhauer, Michaela (Hg): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, S.9-17.

Giessner, Ulrike: Ansätze der Kunst- und Kulturvermittlung in Österreich. In: Mandel, Birgit (Hg.): Kulturvermittlung – zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Bielefeld 2005, S. 84-93.

Glatz, Andrea: Den BesucherInnen auf der Spur. In: neuesmuseum. die österreichische museumszeitschrift. April 2011 (11/2).

Gorgus, Nina: Der Zauber der Vitrinen. Zur Museologie Georges Henri Riveres. Münster u. a. 1999.

Haase, Sigrid: Die Ambivalenz der Museumsdidaktik. Diss. Zur Erlangung des Grades eines Doktors der Erziehungswissenschaften an der Pädagogischen Hochschule Ruhr in Dortmund. 1977.

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

Immerfall, Stefan / Wasner, Barbara: Freizeit. Opladen & Farmington Hills 2011.

John, Hartmut: Museumshop reloaded - Professionelle Einzelhandelsunternehmen als Leistungstreiber in Museen. In: Leimgruber, Peter/John, Hartmut: Museumshop-Management. Einnahmen, Marketing und kulturelle Vermittlung wirkungsvoll steuern. Ein Praxis Guide. Bielefeld 2011, S. 15-27.

Jurt, Joseph: Die Habitus Theorie von Pierre Bourdieu. In: LiTheS (Zeitschrift für Literatur- und Theatersoziologie) Nummer 3 (Juli 2010), S. 5-17. (http://lithes.uni-graz.at/lithes/beitraege10_03/jurt.pdf (Zugriff 12.11. 2011)).

Kaschuba, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. 3. Auflage. München 1999.

Kaufmann, Jean-Claude: Das verstehende Interview. Theorie und Praxis. Aus dem Französischen übersetzt von Daniela Böhmler. Konstanz 1999.

Kern, Maria T.: Langweilen sie sich? Eine kurzweilige Psychologie der Langeweile. München 2009.

Kirchberg, Volker: Gesellschaftliche Funktionen von Museen. Macro-, meso-, und mikrosoziologische Perspektiven (=Berliner Schriften zur Museumskunde, Bd.20). Wiesbaden 2005.

Kirchberg, Volker: Besucherforschung in Museen. In: Baur, Joachim (Hg.): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes. Bielefeld 2010, S. 171-184.

Kirchberg, Volker: Wertesysteme von Kulturmanagern. Eine explorative Typologie. In: Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid et. al. (Hg.): Theorien für den Kultursektor. Jahrbuch für Kulturmanagement 2010. Bielefeld 2010(a), S. 97-116.

Klein, Hans-Joachim/Bachmayer, Monika: Museum und Öffentlichkeit. Fakten und Daten, Motive und Barrieren. Berliner Schriften zur Museumskunde Bd.2. Berlin 1981.

Klein, Hans-Joachim: Der gläserne Besucher. Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft. Unter Mitarbeit von Anneliese Almasan M.A.. Berliner Schriften zur Museumskunde Bd.8. Berlin 1990.

Klein, Hans-Joachim: Inszenierungen in Ausstellungen und Museen. Die Abschätzung ihrer Wirkung auf Besucher. In: Kleindorfer-Marx, Bärbel / Löffler, Klara (Hg.): Museum und Kaufhaus. Warenwelten im Vergleich [=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 15]. Regensburg 2000, S. 147-176.

Komarek, Eva: Der Kunde ist König. Klaus Albrecht Schröder im Gespräch mit Eva Komarek. In: neuesmuseum. die österreichische museumszeitschrift, Jänner 2012 (11/4 12/1).

Korff, Gottfried: Objekt und Information im Widerstreit. Die neue Debatte über das Geschichtsmuseum (1984). In: Ders.: Museumsdinge. deponieren-exponieren. 2., ergänzte Auflage. Köln-Weimar-Wien 2007, S. 113-125.

Korff, Gottfried: Igel oder Kuschtier? Anmerkungen zur Situation des Museums im Medienwandel der Informationsgesellschaft. In: Simon, Michael et. al. (Hg.): Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags. 36. Kongress der deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Mainz vom 23. Bis 26. September 2007. Münster-New York- München-Berlin 2009, S. 59-69.

Landsmann, Hannah: Vermittlung. In: Feurstein-Prasser, Michaela (Hg.): Jüdisches Museum Wien von A bis Z. Herausgegeben im Auftrag des Jüdischen Museums der Stadt Wien GesmbH. München-Berlin-London-New York 2006, S. 128-129.

Löffler, Anja: Besucherforschung in Museen - Eine Einführung. In: Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell. Nr.87, August 2010, S. 4-7.

Löffler, Klara: Bewegte Zeiten? Hinweise aus dem Reich der niedrigen Mythologien. In: Gruber, Sabine / Löffler, Klara / Thien, Klaus (Hg.): Bewegte Zeiten. Arbeit und Freizeit nach der Moderne. München-Wien 2002, S. 215-224.

Löw, Martina: Soziologie der Städte. 1. Auflage. Frankfurt am Main 2008.

Menasse, Peter: Der Hologramm-Streit. Moral und Glas, wie leicht bricht das. In: Die Presse, Printausgabe vom 19.3.2011.

Metzger, Folker: Barrierefreiheit und Besucherfreundlichkeit. Neue Anforderungen an die Koordination zwischen Kuratoren, Gestaltern und Pädagogen. In: Kirchhoff, Heike / Schmidt, Martin (Hg.): Das magische Dreieck. Die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren, Museumspädagogen und Gestaltern (=Schriften des Bundesverbands freiberuflicher Kulturwissenschaftler, Bd.1). Bielefeld 2007, S. 129-134.

Muttenthaler, Roswitha / Wonisch, Regina: Grammatiken des Ausstellens. Kulturwissenschaftliche Analysemethoden musealer Representationen. In: Lutter, Christina / Musner, Lutz (Hg.) Kulturstudien in Österreich. Wien 2003, S. 117-132.

Muttenthaler, Roswitha / Wonisch, Regina: Oberfläche und Subtext. Zum Projekt „Spots on Spaces“. In: Muttenthaler, Roswitha et. al. (Hg.): Seiteneingänge. Museumsseiten & Ausstellungswesen, Umgangsformen und Relektüre (=Museum zum Quadrat, Band 11). Wien 2000, S. 77-114.

Nies, Stefan: Vorwort des Bundesverbandes freiberuflicher Kulturwissenschaftler e. V. In: Kirchhoff, Heike / Schmidt, Martin (Hg.): Das magische Dreieck. Die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren, Museumspädagogen und Gestaltern (=Schriften des Bundesverbands freiberuflicher Kulturwissenschaftler, Bd.1). Bielefeld 2007, S. 9-10.

Nuissl, Ekkehard / Paatsch, Ulrike / Schulze, Christa: Besucher im Museum – ratlos? Problemstudie zur pädagogischen Arbeit in Museen und Kunstvereinen [Veröffentlichung im Rahmen des Projektes „Der Bildungsauftrag von Museen und Kunstvereinen“, d. in d. Jahren 1986 u. 1987 von der Arbeitsgruppe für empirische Bildungsforschung in Heidelberg durchgeführt wurde]. Heidelberg 1987.

Offe, Sabine: Ausstellungen, Einstellungen, Entstellungen. Jüdische Museen in Deutschland und Österreich. Berlin-Wien 2000.

Opaschowski, Horst W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft. 5. Auflage. Wiesbaden 2008.

Öhlinger, Theo: Die Museen und das Recht. Von der Öffnung der kaiserlichen Gemäldesammlung bis zum Bundesmuseengesetz. Erweiterte Fassung einer Abschiedsvorlesung vom 16. Jänner 2008. Wien 2008.

Pöhlmann, Wolfger: Ausstellungen von A-Z. Gestaltung, Technik, Organisation. (=Berliner Schriften zur Museumskunde, Bd.5), 2., unveränderte Auflage. Berlin 1990.

Reussner, Eva M.: Publikumsforschung für Museen. Internationale Erfolgsbeispiele. Bielefeld 2010.

Richter, Rudolf: Die Lebensstilgesellschaft. 1. Auflage, Wiesbaden 2005.

Rumpf, Horst: Die Gebärde der Besichtigung. In: Fast, Kirsten (Hg.): Handbuch der museumspädagogischen Ansätze (=Berliner Schriften zur Museumskunde, Bd.9). Opladen 1995, S. 29-45.

Schaffer, Heinz: Betreutes Sehen. Vom Kunsturteil zur Kunstvermittlung. In: Merkur. Deutsche Zeitschrift für Europäisches Denken. Heft 5, 65. Jahrgang, Stuttgart, Mai 2011, S. 452-455.

Schäffer, Burkhard: Auszug aus der Habilitationsschrift von Burkhard Schäffer: „Generation, neue Medien und handlungspraktisches Wissen“ als Anhang im Manuskript zur Vorlesung Einführung in die qualitativen erziehungswissenschaftlichen Forschungsmethoden, Universität Magdeburg 2001. <http://www.uni-magdeburg.de/iew/web/Marotzki/03/Vorlesung/08.pdf> (Zugriff am 17. 5. 2011)

Schmidt, Martin: Das magische Dreieck. Zur Einführung. In: Kirchhoff, Heike / Schmidt, Martin (Hg.): Das magische Dreieck. Die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren, Museumspädagogen und Gestaltern (=Schriften des Bundesverbands freiberuflicher Kulturwissenschaftler, Bd.1). Bielefeld 2007, S. 11-26.

Scholze, Jana: Kultursemiotik: Zeichenlesen in Ausstellungen. In: Baur, Joachim (Hg.): Museumsanalyse. Methoden und Konturen eines neuen Forschungsfeldes. Bielefeld 2010, S. 121-148.

Schuck-Wersig, Petra / Wersig, Gernot: Marketing und konsequente Besucherorientierung. In: Biermann, Alfons W.: Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone. Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung. Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung (=Schriften des Rheinischen Museumsamtes Nr. 61. Opladen 1996, S. 151-163.

Simon, Nina: The participatory museum. Santa Cruz 2010. (Online Version: <http://www.participatorymuseum.org/read/>) (Zugriff am 23. 11. 2011).

Steiner, Beate: Eine Bestandsaufnahme der aktuellen Entwicklung und der Rahmenbedingungen von Besucherforschung an österreichischen Museen. In: Neues Museum. Die österreichische Museumszeitschrift 11/4 / 12/1(Jänner 2012), S. 31-36.

Stengel, Martin: Freizeit als Restkategorie. Das Dilemma einer eigenständigen Freizeitforschung. In: Hartmann, Hans A. / Haubl, Rolf (Hg.): Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. 2. Auflage, Opladen 1998, S. 19-44.

Stöger, Gabriele: Museen, Orte für Kommunikation. Einige Aspekte aus der Geschichte der Bildungsarbeit von Museen. In: Seiter, Josef (Red.): Auf dem Weg. Von der Museumspädagogik zur Kunst- und Kulturvermittlung. Schulheft 111. Wien 2003, S. 14-28.

Strauss, Anselm L.: Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung. Aus dem Amerikanischen von Astrid Hildenbrand. Mit einem Vorwort von Bruno Hildenbrand. München 1994.

Terlutter, Ralf: Lebensstilorientiertes Kulturmarketing: Besucherorientierung bei Ausstellungen und Museen, Wiesbaden 2000.

Teufel, Philipp: Museographie, Ausstellungsgestaltung und Szenographie. Vom Begriffswirrwarr zur Vielsprachigkeit der Disziplinen. In: Schwarz, Ulrich / Teufel, Philipp (Hg.): Handbuch Museographie und Ausstellungsgestaltung. Ludwigsburg 2001, S. 10-15.

Treinen, Heiner: Ausstellungen und Kommunikationstheorie. In: Noschka-Roos, Anette (Red.): Museen und ihre Besucher. Herausforderungen in der Zukunft. [Internationales Symposium vom 22. bis 24. November 1995 im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn]. Bonn 1996, S. 60-71.

Treinen, Heiner: Das Museum als kultureller Vermittlungsort in der Erlebnisgesellschaft. In: Biermann, Alfons W. (Hg.): Vom Elfenbeinturm zur Fußgängerzone. Drei Jahrzehnte deutsche Museumsentwicklung. Versuch einer Bilanz und Standortbestimmung. Opladen 1996(a), S. 111-121.

Trenkler, Thomas: Aufregung um veraltete Hologramm Technologie. In: Der Standard, Printausgabe vom 11.2.2011.

Vogel, Klaus. „Die inszenierte Ausstellung – einziger Weg in die Zukunft? In: Museumskunde 71/ Heft 2. Berlin 2006. S. 69- 75.

Waidacher, Friedrich: Museologie – knapp gefasst. Mit einem Beitrag von Marlies Raffler. Wien-Köln-Weimar 2005.

Waltl, Christian: Audience Development – ein strategischer Ansatz zur Besucheroptimierung. In: Neues Museum. Die Österreichische Museumszeitschrift. 3/2008, S. 9-12.

Wersing, Susanne: Parole: edutainment? Zum Verschwinden der Kunst aus der Wissenschaft und ihrer beschämten Rückkehr ins Museum. In: Kirchhoff, Heike / Schmidt, Martin (Hg.): Das magische Dreieck. Die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren, Museumspädagogen und Gestaltern (=Schriften des Bundesverbands freiberuflicher Kulturwissenschaftler, Bd.1). Bielefeld 2007, S. 61-74.

Woodtli, Hans R.: Die Demokratisierung kreativer Prozesse. In: Kirchhoff, Heike / Schmidt, Martin (Hg.): Das magische Dreieck. Die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren, Museumspädagogen und Gestaltern (=Schriften des Bundesverbands freiberuflicher Kulturwissenschaftler, Bd.1). Bielefeld 2007, S. 135-143.

Zahner, Nina Tessa: Die heterogene Praxis des Ausstellungsbesuchs im zeitgenössischen Kunstfeld. Eine Herausforderung für die Kulturtheorie Pierre Bourdieus? In: Suber, Daniel / Schäfer, Hilmar / Prinz, Sophie (Hg.): Pierre Bourdieu und die Kulturwissenschaften. Zur Aktualität eines undisziplinierten Denkens. Konstanz 2011, S. 253-273.

Onlinepublikationen und weitere Quellen

Fehr, Michael: Kurze Beschreibung eines Museums, das ich mir wünsche (online-Publikation Landesmuseum Joanneum, Museumsakademie). Graz 2003. (http://museumsakademie-joanneum.at/museologie/texte/pdf/Fehr_%20Das_Museum.pdf; Zugriff am 2.3. 2010)

Fliedl, Gottfried: Die Dauerausstellung des Jüdischen Museums Wien wird verschwinden. (<http://museologien.blogspot.com/2010/03/die-dauerausstellung-des-judischen.html>) (Zugriff am 9.12.2010).

Huether, Gerald: Begeisterung ist Doping für Geist und Hirn. Neue Erkenntnisse der Hirnforschung – Wie Eltern lernen können, sich selbst und ihre Kinder zu begeistern (<http://www.gerald-huether.de/populaer/veroeffentlichungen-von-gerald-huether/texte/begeisterung-gerald-huether/index.php>) (Zugriff am 14.4.2011).

Terlutter, Ralf: Besucherorientierte Ausstellungen. Lernen kultureller Inhalte aus Sicht psychologischer Lerntheorien. In: Museologie Online, 3. Jahrgang, 2001, S. 101-111. (www.vl-museen.de/m-online/01/03.pdf) (Zugriff am 12.11.2010).

Waidacher, Friedrich: Museum lernen: Lange Geschichte einer Verweigerung oder Warum Museen manchmal so gründlich daneben stehen. In: Museologie Online, 1. Jahrgang 1999, S. 41-65. (<http://www.vl-museen.de/m-online/99/99-2.pdf>; (Zugriff am 13.2.2011).

Waidacher, Friedrich: Ausstellungen besprechen. In: Museologie Online, 2. Jahrgang, 2000, S. 21-34. (<http://www.hco.hagen.de/museen/m-online/00/00-2.pdf>) (Zugriff am 25.4.2011).

Waidacher, Friedrich: Grundgedanken zu einer museologieorientierten Praxis. In: Museologie Online, 3. Jahrgang 2001, S. 84-100. (<http://www.vl-museen.de/m-online/01/01-02.pdf>) (Zugriff am 23. 1. 2012).

http://www.bmukk.gv.at/medienpool/16619/beitrag_kulturkontakt.pdf; (Zugriff am 2.10.2011)

<http://www.bmukk.gv.at/ministerium/ministerin/reden/sammlungoesterreich.xml> (Zugriff am 2.10.2011)

<http://www.bmukk.gv.at/kultur/foerderungen/museen/index.xml> (Zugriff am 2.10.2011).

http://www.icom-oesterreich.at/shop/data/container/code_2010.dt.pdf (Zugriff am 2.10.2011).

<http://de.pons.eu/latein-deutsch/anima> (Zugriff am 13. 2. 2011).

http://www.geisteswissenschaften.fu-berlin.de/v/zad/media/Besucherforschung_ZAD.pdf, S.23; (Zugriff am 25.4.2011).

http://www.museumbund.de/de/das_museum/themen/museumspaedagogik/geschichte_diskussion (Zugriff am 12.1.2012).

<http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001728> (Zugriff am 4.5.2010).

<http://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtsvorschriften/html/i1350000.htm> (Zugriff am 4.5.2010).

Abbildungen:

Abb.1: „Der Himmel über Wien“ ; Foto: Adrien Tirtiaux

Abb.2: „Schaudepot“ ; Foto: Gabriele Kohlbauer- Fritz, Jüdisches Museum Wien

Abb.3: „Titelblatt Katalog“; Foto: Henriette Rosenmayr

Abb.4: „Folterrad“ ; Foto: Henriette Rosenmayr

Interviews:

Rachel, 3. 3. 2011 (40 Min.)

Matthias, 9. 3. 2011 (60 Min.)

Larissa, 10. 3. 2011 (60 Min.)

Hans, 17. 3. 2011 (35 Min.)

Sarah, 18. 3. 2011 (45 Min.)

KuratorIn 1, 11. 10. 2011 (50 Min.)

KuratorIn 2, 13. 12. 2011 (75 Min.)

Kuratorin 3, 20. 2. 2012 (40 Min.)

KulturvermittlerIn, 13. 3. 2012 (Telefonat) (33 Min.)

MitarbeiterIn des BMUKK, 15. 12. 2011 (Telefonat) (20 Min.)

11 ANHANG

ABSTRACT

Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit bildete die Beobachtung von angehenden KulturwissenschaftlerInnen bzw. deren Schwierigkeiten beim Decodieren musealer Inszenierungen. Hierbei stellte sich die Frage, welche Faktoren selbst bei „museologisch sensibilisierten“ StudentInnen Missverständnisse begünstigen könnten. Empirische Basis der Studie bildete eine qualitative Besucherforschung, es wurden fünf Interviews mit StudentInnen der Europäischen Ethnologie geführt, die Ergebnisse der Analyse ermöglichten Aussagen über das Besuchsverhalten der Befragten, über deren Bedürfnisse sowie deren Praxis der Informationsgenerierung. Die aufscheinenden Diskrepanzen zwischen Besuchspraxis und den Angeboten bzw. Anforderungen seitens der Museen drängten vor den Folie des in Zusammenhang mit Museen oftmals postulierten Bildungsauftrages zu einer Auseinandersetzung mit den zugrundeliegenden Intentionen und Rahmenbedingungen der AusstellungsmacherInnen, welche mittels Gesprächen mit drei KuratorInnen und einer Kulturvermittlerin sowie der Berücksichtigung aktueller Museumsdiskurse zu beantworten versucht wurde. Bei der Analyse erwiesen sich nicht zuletzt die kulturtheoretischen Überlegungen Pierre Bourdieus als effizientes Instrumentarium, die spezifische Logik des kulturellen Feldes nachzuvollziehen. Die Ergebnisse bieten einen Einblick in das Selbstverständnis der Museen und dem daraus resultierenden teils ambivalenten Verhältnis zu ihrem Publikum.

CURRICULUM VITAE

Henriette Rosenmayr, geb. am 12. Juni 1968 in Wien, verheiratet.

- 2007 – 2012 Studium der Europäischen Ethnologie / Volkskunde
freie Wahlfächer mit Schwerpunkt Kultur- und Sozialanthropologie
- ab 2005 Freiberufliche Kulturvermittlerin am Österreichischen Museum für
Volkskunde Wien
- ab 2004 Ehrenamtliche Mitarbeit am Österreichischen Museum für Volkskunde
Wien
- 2005 – 2007 Ausbildung zur Ordinationshelferin, im Anschluss Mitarbeit in einer
Praxis für Allgemeinmedizin.
- 1999 – 2005 Austrian Airlines (Arrival Center)
Ausbildung zur Graphischen Gestalterin (Webdesign), freiberufliche
Tätigkeit
- 1994 – 1998 Produktions-, Requisite- und Tonassistentin bei div. Film- und
Webproduktionen
- 1988 – 1993 Reiseleiterin (Mexiko)
- 1986 – 1988 Studium der Translationswissenschaften (englisch/französisch)
- 1978 – 1986 Bundesrealgymnasium Henriettenplatz, 1150 Wien
Matura Juni 1986

DANK

Für all die Inspiration, Motivation, Hilfsbereitschaft und Geduld sei meiner lieben und hochgeschätzten Betreuerin, Frau Prof. Klara Löffler, all meinen Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern, meiner kongenialen Studienkollegin Mag. Helene Schrolmberger, all meinen anderen Freundinnen, Freunden, Familienmitgliedern und lieben Bekannten, die von meiner „Spätberufung“ wussten und dieses Vorhaben unterstützten, vor allem aber meinem geliebten Ehemann Klaus, von ganzem Herzen gedankt.