



Crossover - Vermittlungskonzepte in neuen Museen und museumsähnlichen Einrichtungen

Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. mit dem Museumsdienst Hamburg 2006

12. bis 14. Oktober 2006 im Körber-Forum, Hamburg

Mehr als 240 Anmeldungen gab es für diese Tagung und der Saal der Körberstiftung blieb auch bis zum letzten Vortrag gut besetzt. Dr. Hannelore Kunz-Ott, die Bundesvorsitzende und Dr. Herbert Hötte (MD Hamburg) geleiteten die TeilnehmerInnen aus ganz Deutschland, der Schweiz und Österreich durch diese gemeinsame Veranstaltung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V. und des Museumsdienstes Hamburg. Der Bundesverband (BVMP e.V.) ist ein gemeinnütziger Verein und vertritt bundesweit als Dachverband der **regionalen Arbeitskreise** die Interessen von ca. 700 MuseumspädagogInnen aus verschiedenen Museumstypen und -gattungen sowie auf den betroffenen Verwaltungsebenen einschließlich wissenschaftlicher und leitender Arbeitsbereiche. *Er verfolgt seinen Vereinszweck insbesondere durch Unterstützen und Koordinieren der Arbeit der regionalen Vereine, Eintreten für den Fortbestand und die Entwicklung der Museumspädagogik und der Museumskommunikation in den Museen und im Museumswesen, Initiieren von Fortbildungen und Forschungen, Fördern des fachlichen Austausches insbesondere durch jährliche Fachtagungen, Herausgeben der Fachzeitschrift „Standbein/Spielbein“ und durch Entwickeln von gemeinsamen Projekten mit Bildungseinrichtungen, Institutionen und Verbänden, die im Bereich des Museumswesens und der Kultur tätig sind. Der Bundesverband Museumspädagogik leistet mit seiner Arbeit einen Beitrag, zur Entwicklung neuer, zukunftsweisender Konzepte der Museumsarbeit (vgl. <http://www.museumspaedagogik.org/aufgaben.php4>).* Der **Museumsdienst Hamburg** ist der Besucherservice in Hamburgs Museen. BesucherInnen können sich dort über alle Ausstellungen und Aktivitäten in 16 Häusern informieren, Veranstaltungen buchen und sich vor einem Museumsbesuch beraten lassen. Zahlreiche Angebote gibt es für Kinder, Jugendliche, Familien und Behinderte (<http://www.museumsdienst.hamburg.de>).

Die freie und Hansestadt Hamburg war vertreten durch die Kultursenatorin Karin v. Welck, die die Tagung eröffnete und das Motto von Kurt A. Körber, dem Gründer des Maschinenkonzerns und der Stiftung, *Veranstaltungen für Menschen, die nicht alles so lassen wollen, wie es ist.*, das Lothar Dittmer als Hausherr des Körberforums zitierte, könnte auch für unsere Arbeit programmatisch sein. Die Stiftung des Körber-Maschinenkonzerns (mit 10.000 MitarbeiterInnen) verfügt über 14-15 Mio Euro operatives Projektbudget. Schwerpunkte sind Wissenserwerb und seit Kurzem auch Kulturvermittlung, vor allem im Musikbereich. Neben Veranstaltungen gibt es auch Wettbewerbe, Preise und Publikationen, mit der die Stiftung an der „Gestaltung unserer gesellschaftliche Zukunft“ mitwirken möchte.

Draußen konnte man im Nebel die Schiffe auf der Elbe liegen sehen. Dank der Exkursionen zu jeweils zwei unterschiedlichen Museumseinrichtungen war nicht nur genug Diskussionsstoff gegeben, sondern bot sich auch Gelegenheit, etwas von der Stadt kennen zu lernen (Freilichtmuseum Kiekeberg, ca. 40 km von Hamburg entfernt und das Schiff Cap San Diego, s. u.).

In ihrer Einleitung meinte H. Kunz-Ott, der Bildungsauftrag von Museen sei heute unumstritten. Angebote müsse es für verschiedene Zielgruppen geben, dennoch gerate in den Museen des 21. Jh. die Vermittlungsarbeit an ihre Grenzen: Erfolg wird an Besuchszahlen gemessen, dennoch sei auf der Fachtagung unter dem Titel *Event zieht, Inhalt bindet* (Haus der Geschichte, Bonn 2003) festgestellt worden, dass längerfristige Besucherbindung durch spektakuläre Events nicht zu erreichen ist.

Herbert Hötte vom Museumsdienst sieht Konkurrenz für die Museen und die Vermittlungsarbeit: Das „Miniwunderland“ etwa hätte mit 900.000 Besuchen pro Jahr mehr als alle Hamburger Museen zusammen. Die Museumspädagogik gerate in eine Krise, wenn sie nur dann gebraucht wird, wenn die BesucherInnen ausbleiben. Er problematisiert die Tendenz zum „Erlebnismuseum“. MuseumspädagogInnen hätten traditionellerweise eine gewisse Distanz zum „Erlebnis“. Ihnen gehe es um „erkenntnisorientierte“ Annäherung (es mag sein, dass Erkenntnis Distanz braucht, allerdings finde ich die Festschreibung einer Unvereinbarkeit von Unterhaltung / Spaß und Bildung problematisch und falsch.) Hötte sieht eine Ent-Historisierung der Museen,

Shop und Event werden wichtiger als der Inhalt. Das führe auch dazu, dass die BesucherInnen bestimmen, was Kultur sei. Er kritisiert die uneingeschränkte Besucherorientierung als Erfolgsrezept. An den Interessen der BesucherInnen orientiert, bediene das „Erlebnismuseum“ *KonsumentInnen* aber keine kritischen, mündigen, reflektierenden Bildungsbürger. (Mich überzeugte es nicht, warum das Erlebnis verpönt sein soll, immerhin ist es eine – individuelle – Erfahrung, die auch zu denken geben kann.)

Volker Kirchberg (Uni Lüneburg) lieferte in seinem Impulsreferat „Warum geht der Mensch in museale Erlebnisorte und nicht in traditionelle Museen?“ den begrifflichen (soziologischen) Überbau. Er könne die Frage nicht beantworten, ob „der Mensch“ nun wirklich häufiger in Erlebnismuseen als in traditionelle Museen gehe, so Kirchberg, denn „den Menschen“ gebe es nicht und auch keine quantitative Zunahme der Museumsbesuche, das Plus entstehe nämlich nur durch Sonderausstellungen. Er entwickelte ein System von 5 alltagsästhetischen Schemata auf Basis der Lebensstil-Typologie des deutschen Soziologen Gerhard Schulze, die bestimmte Erlebnismilieus konstituieren. Kultur sei klassenabhängig (vgl. Bourdieu), das Erlebnis – so Schulze - sei etwas Individuelles. „Ein Erlebnis ist noch nie verkauft worden.“ (vgl. Gerhard Schulze).

- 1) Das **Niveaumilieu** entspricht am ehesten bildungsbürgerlichen Vorstellungen, wonach es eine strikte Trennung zwischen Hochkultur (E-Kultur) und seichter Unterhaltung (U-Kultur) geben sollte.
- 2) Das **Harmoniemilieu** kommt Vorstellungen vom Unterhaltungsbedürfnis der Arbeiterschicht nahe, das früher für Heimatfilme und Volksmusik stand.
- 3) Das **Unterhaltungsmilieu** ist an Spannung und Action interessiert (hier finden sich die Liebhaber von Computerspielen und Action-Videos wieder)
- 4) das **Integrationsmilieu** ignoriert alle Unterschiede zwischen U- und E-Kultur und bemächtigt sich aller Stilelemente der vorgenannten Milieus.
- 5) Das **Selbstverwirklichungsmilieu** ist dagegen jenes Milieu, das in Medienberichten oftmals im Mittelpunkt des Interesses steht. Diesem Milieu werden **Hedonismus** und **Narzissmus** zugeschrieben.

Das Schema scheint wenig Abweichung zuzulassen und ignoriert die (sozioökonomischen) Bedingungen für die angebliche Bevorzugung kultureller Angebote: Wenn es nur grüne Pullover gibt, kann man nur grüne Pullover kaufen. Der Schluss, dass nur grüne Pullover gewollt werden, ist m. E. unzulässig. Letztlich sind die Angebote auf *allen* genannten „Niveaus“ mittlerweile Gegenstand von Marketingbemühungen und insofern auch Konsumgüter geworden. Kirchbergs wenig differenzierende Darstellung provoziert immerhin eine kritische Diskussion.

Noch emotionaler wurde es dann, als Rüdiger Jörn (Kulturbehörde Hamburg) über die Hamburger Museumslandschaft erzählte und deutlich wurde, dass die Stadt und private Betreiber mit ihren neuen Projekten auch noch andere als Bildungsinteressen haben. Hamburg finanziert zurzeit eine Reihe innovativer Museumsprojekte: *Ballin-Stadt*, *Internationales Maritimes Museum*, *Haus der Photographie* ... Gleichzeitig bildet sich eine privat finanzierte Ausstellungsszene heraus, die mit ihren populären Konzepten eine zunehmende Konkurrenz zu den etablierten Museen darstellen: *Hamburg Dungeon*, *Miniwunderland*. Am Ende soll sich halt alles möglichst rentieren. Kritisiert wurde von einigen TeilnehmerInnen, dass bislang die MuseumspädagogInnen zu keiner Konzeptdiskussion eingeladen wurden. Schließlich sind sie die ExpertInnen für Besuchererwartungen und -bedürfnisse. Jörn: Man stehe halt erst am Anfang der Planungen, das komme schon noch. H. Kunz- Ott unterstrich resümierend die Wichtigkeit der Einbindung der VermittlerInnen schon in der Planung.

Es scheint, dass bei den neuen Hamburger Vorhaben mehr auf Marketing als auf Pädagogik gesetzt wird, geht es doch mehr um Besuchszahlen und weniger um Bildung. Die Einrichtungen, in die eine Menge investiert wird, müssen sich *rechnen*: So werden in der *Ballinstadt*, dem künftigen Auswanderermuseum um 150.000 Besuche jährlich erwartet. Zwischen 1850 und 1934 hielten sich in Hamburg mehr als 5 Mio. Auswanderer auf, bevor sie sich zur Überfahrt nach Amerika einschifften. 63% kamen aus Osteuropa, 1 Mio. waren Juden. Das geplante Museum auf dem Gelände der ehemaligen Auswandererstadt thematisiert diesen Teil europäisch-amerikanischer Geschichte in der Erwartung von Besucherinteresse aus Übersee. Der *Hamburger Dungeon* funktioniert nach dem Muster der Dungeons in London, Edinburgh und York und ist Tochter der Merlin Entertainments Holdings Deutschland. Dort findet alle 10 min. eine Gruselführung mit SchauspielerInnen statt („Kammer der Qualen“), derzeitiger Besuchsstand 250.000 pro Jahr, Tendenz steigend ...

Die 7 Exkursionen am zweiten Tag führten die TeilnehmerInnen nicht nur in den berühmten *Dungeon* und in das *Museum für Hamburgische Geschichte*, sondern auch ins *Haus der Photographie* und das *Internationale Maritime Museum* (ein Sammlermuseum in der Speicherstadt); in das *HSV-Museum* (Fußball) und das *Deutsche Zollmuseum*; das *Klick-Kindermuseum* und das *Museum für Kunst und Gewerbe*; ins *Freilichtmuseum am Kiekeberg*, (das sich als regionales Kulturzentrum versteht, 20 Behinderten einen Arbeitsplatz bietet und mit

Veranstaltungen und SchauspielerInnen in historischen Rollen Geschichte belebt) und auf das *Museumsschiff Cap San Diego* (ehemaliges Frachtschiff, BJ 1964, noch fahrtüchtig mit einem Hotelbetrieb und Räumen für Veranstaltungen ausgestattet – „Eventluke“); das *Museum für Kunst und Gewerbe* und zur Malschule der Hamburger Kunsthalle. Die Exkursionen zu neuen und „anderen“ Museen in Hamburg wurden von Mitgliedern der regionalen Arbeitskreise des Bundesverbandes begleitet, moderiert und danach im Plenum zusammengefasst.

Die Plenumsdiskussion moderierte und kommentierte launig Jochen Boberg aus Berlin. Wie er resümierend feststellte, sind die angewandten Methoden keine „innovativen Kracher“ (und die Fragen aus dem Publikum, Was können denn die BesucherInnen in den neuen Museen tun? Schauen sie Bilder an? Lesen Sie? Ist das neu? wurde leider auch vom Podium nicht beantwortet). Kein Wunder, würde ich sagen, wird bei den neuen Einrichtungen doch in erster Linie investiert in Gebäude, (Bauwirtschaft, Architektur), Infrastruktur, Werbung, Marketing, nicht aber in die Erweiterung der Besucherkompetenz oder die Erforschung der Besucherkommunikation.

Die Verbandsvorsitzende Hannelore Kunz-Ott griff abschließend als Anregung auf, sich demnächst einmal mit den Voraussetzungen des Lernens und der tatsächlichen Wirkung von Angeboten auf das Publikum auseinanderzusetzen.

Eine unter den vorgeführten Methoden gab es allerdings, die bei uns noch wenig verbreitet ist: Im Freilichtmuseum am Kiekeberg wird in Form der „Living History“ Vergangenheit simuliert. Die originalen oder originalgetreuen Gebäude des Museums samt Inventar werden von Personen belebt, die in zeitgenössischen Kostümen diese Gebäude bewohnen und dort arbeiten. In den USA erfolgreich angewendet, hat dieses Verfahren in Europa noch kaum Fuß gefasst, obwohl dessen Wurzeln im Stockholmer Skansen-Museum zu finden sind, wo schon Ende des 19. Jh. Handwerker frühere Techniken und Lebensweisen nachahmten.

Diskutiert wurden Pro und Kontra der Methoden von „First Person“- und „Third Person“-Darstellung: EinE „First Person“-DarstellerIn schlüpft in die Rolle einer (fiktiven) historischen Person und soll diese möglichst authentisch nachspielen. Dazu gehören auch handwerkliche Vorführungen, die traditionelle Arbeitstechniken vermitteln sollen. Zwischen den BesucherInnen und dem DarstellerInnen kann sich zwar ein Gespräch entwickeln, von Seiten der DarstellerInnen jedoch immer nur aus der Perspektive des früheren Jahrhunderts und ohne Distanz zur vorgeführten Tätigkeit. – Genau genommen müsste eine authentische Rollenfigur sich wundern, wenn sie fotografiert wird oder ein Handy läutet.

Dieses Problem hat die/der „Third Person“-DarstellerIn nicht. Sie/er spielt ebenso in zeitgenössischer Kleidung und führt Handwerkstechniken vor, doch sie/er kann aus der Rolle heraustreten und in der dritten Person mit den BesucherInnen sprechen. Im Gegensatz zur „First Person“-DarstellerIn können dabei historische Kontexte und Entwicklungen erklärt werden.

Die „First Person“-DarstellerInnen sind gezwungen, nicht auf neue Erkenntnisse und Entwicklungen einzugehen, da sie sie als „Bauer X“ oder „Bäckerin Y“ nicht wissen können. Dafür werden die BesucherInnen vielleicht eher in die Vergangenheit zurückversetzt als bei der „Third Person“-Darstellung. Zusätzlich kann das Museum Führungs- und Informationspersonal einsetzen, das als „neutrale Außenstehende“ den BesucherInnen Hilfestellung und Erläuterungen geben kann. Die Vorführung funktioniert dann eben wie ein Theaterstück.

Dramaturgisch geschickt hatten die VeranstalterInnen an den Schluss (Samstagvormittag) noch namhafte Referenten gesetzt (Dietrich Wildung vom Ägyptischen Museum Berlin, Bernhard Graf vom Institut für Museumskunde, Berlin und Lothar Dittmer/ Kai Michael Hartig von der Körber-Stiftung, Hamburg – ja, und leider keine einzige ReferentIn), sodass die Aufmerksamkeit der TeilnehmerInnen bis zuletzt zu spüren war. Außerdem konnten am Ende im „Markt der Möglichkeiten“ vom Podium aus noch eigene Projekte präsentiert werden.

Erfreulich die Stimmung und die vielen Pausengespräche, das Treffen alter und neuer Bekannter und die großzügige Bewirtung der Gäste sowohl beim Senatsempfang auf dem Elbschiff und im Museum für Kommunikation.

Gabriele Stöger, Wien