

MUSEUM AKTUELL

Die aktuelle Fachzeitschrift für die deutschsprachige Museumswelt
B11684 ISSN 1433-3848 Nr. 229 2016

Informationszentrum
der Abtei Münsterschwarzach,
in Szene gesetzt von

IMPULS-DESIGN

Exhibition · Experience · Interaction



Anzeige

In Szene gesetzt



Das Thema Szenographie zieht sich wie ein blaues Band durch diese Frühlingsausgabe: angefangen beim Titelbild, einigen Nachrichten zu neuen Ausstellungen; ja selbst die starrköpfig-bärbeißigen Figurinen im Grazer Volkskundemuseum sind davon nicht ausgespart. Teilnehmende von Pressekongressen werden in Szene gesetzt, um zu erörtern, wie schwierige Museumsbestände perfekter und korrekter anzuordnen, zu interpretieren und zu inszenieren seien.

Vielleicht mag ein Außenstehender denken, die Szenographen machten sich mit ihren Überlegungen und Debatten das Leben extra schwer. Aber „Leitfaden“, „Struktur“ oder „Kernaussage“ sind Begriffe, die der visuellen und haptischen Umsetzung bedürfen, besonders, wenn Inhalte recht spröde oder kompliziert sind.

Szenographie hat dienende Funktionen, darf die Objekte nicht überbieten, sondern setzt sie ins rechte Licht und das gar nicht so selten sogar mit künstlerischem Anspruch.

Haben die Entscheider im Museum genau vor Augen, in welche Richtungen ihre Ausstellungen gehen sollen, ist auch davon auszugehen, daß die Szenographen ihre Sache gut machen und das Ergebnis sich „sehen lassen“ kann.

Für dieses Heft konnten wir Herrn Prof. Dr. Raimund Wünsche, den früheren Chef der Münchner Antikensammlungen, zu einem zuvor an anderer Stelle, dort jedoch nicht vermuteten Beitrag über die Farbigkeit griechischer Antiken gewinnen, wofür wir ihm ganz besonders danken. Auch dieses Thema tangiert die Szenographie, indem überinterpretierte Rekonstruktionsversuche an Orten wie Basel, Hamburg, Frankfurt und Berlin zu sehen waren, mit denen sich Ausstellungsmacher auseinandersetzen hatten.

In diesem Sinne eine anregende Lektüre,

Adelheid Straten

Inhalt

Kurzinformationen

- 4 Nachrichten aus der Museumswelt
- 7 Literatur
- 8 Namen
- 32 Autoren; Impressum
- 34 Wichtige Ausstellungen

Museumskonzepte

9 Anette Rein

Projekte wie „Schwieriges Erbe“ als Chancen zur Neubestimmung ethnologischer Museen

Unser Bild von der Antike

13 Raimund Wünsche

Waren die Rekonstruktionen der „Bunten Götter“ wirklich richtig?

Fokus Szenographie

25 Anette Rein

Wenn Szenographie sich selbst inszeniert (Raumwelten 2015 und 2. Szenografieipfel 2015)

Zum Titelbild

Neues Informationszentrum in Münsterschwarzach

Ein interaktiver Zeitstrahl erhellt die über 1200jährige Geschichte der Abtei. In einem Chorgestühl können die Besucher den Gesängen der Mönche lauschen.

Im Element „Aus dem Nähkästchen geplaudert“ kommen einzelne Mönche zu Wort; Fragen werden beantwortet, wie: „Was tragen Mönche unter dem Habit?“ oder „Bekommt ein Mönch Taschengeld?“

Das neue Informationszentrum der Abtei Münsterschwarzach gibt kreative Antworten auf viele Fragen. Die Geschichte des Klosters wird beleuchtet und das heutige Leben der Benediktiner. Die von **impuls-design** gestaltete Ausstellung nimmt die Besucher mit auf den Weg der Benediktiner, mit allen Sinnen; und regt zur Auseinandersetzung mit dem eigenen Lebensweg an. Materialien der Ausstellung: Stahl, Eichenholz und Messing.

Informationen unter: <http://www.impuls-design.de>

Informationszentrum, Abtei Münsterschwarzach
Schweinfurter Straße 40
97359 Münsterschwarzach
prokura@abtei-muensterschwarzach.de
+49 (9324) 20 0

<http://www.abtei-muensterschwarzach.de>

Anzeige

Anette Rein

Wenn Szenographie sich selbst inszeniert

„Raumwelten. Plattform für Szenografie, Architektur und Medien“ vom 12. bis 14. November 2015 in Ludwigsburg

Diese von der Film- und Medienfestival gGmbH (Dittmar Lump; Prof. Dr. Ulrich Wegenast) und der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS) veranstaltete Tagung war mit dem neuen Konzept auch im zweiten Jahr sehr erfolgreich. ¹ Das viermodulige Programm stand am ersten Tag unter dem Motto „Raumwelten Business“ und inszenierte Produkte und Kompetenzen zur Pflege des Branchen-Netzworkings. Das Thema: „Digitale und reale Welten – wieso braucht man heute Showrooms und Messen?“ (Kurator Roman Passarge, Leiter Hansgrohe Aquademie) wurde in unterschiedlichen Zusammensetzungen diskutiert. ² Im Begleitprogramm wurde die Inszenierung „tracing O.S. – Eine performative Spurensuche nach Oskar Schlemmer“ von Eva Baumann an zwei Abenden aufgeführt. Neben dem Höhepunkt der Verleihung des FAMAB AWARD in der MHPArena stand im Hof der Akademie als temporäre Architektur ein aufblasbarer Pavillon (über 200 m², 6 m Höhe), der nicht nur TeilnehmerInnen der Tagung viele Stunden in seinen Bann zog. ³

Für die Museumsszene war vor allem der zweite Tag von besonderem Interesse. Drei KuratorInnen führten durch den Tag „Raumwelten Art & Research“ mit drei voneinander unabhängigen inhaltlichen Schwerpunkten. Am dritten Tag „Raumwelten Talent“ traf der Nachwuchs mit ausgewählten Projekten auf Unternehmer.

„Raumwelten Art & Research“

Das erste Panel mit dem Thema „Handelswelten – Von der Inszenierung von Waren“ hatte laut Dr. Petra Kiedaisch (Verlegerin avedition, Stuttgart) vor allem die Aufgabe, nach neuen Trends der Raumgestaltung aufgrund von strukturellen Entwicklungen und deren Auswirkungen zu suchen. ⁴ Dabei standen Inszenierungen von Waren im Mittelpunkt. Ein Thema, dem sich Architekten wie Herzog De Meuron (Boutiquen in Tokyo ⁵), Frank Gehry (Schaufenster für Louis Vuitton ⁶) und David Chipperfield (Kaufhaus in Innsbruck ⁷) bereits seit Jahren widmen. Die Parallele zwischen Museen und den kommerziellen Orten ist augenscheinlich, weil die Ziele letztlich identisch sind: eine Idee oder ein Produkt soll an die Kundschaft bzw. den/die BesucherInnen gebracht werden – und zwar in einer technisch aktualisierten Form. Die Macht der Digitalisierung zeigt sich in Form von Tweetup Events in Museen oder den

ständig zu aktualisierenden Webseiten – sie ist ein allgemeines Phänomen: die Wandlung der Gesellschaft von einer Industriegesellschaft zu einer Netzgesellschaft. Während im „Wirtschaftswunderland“ die Fülle der Waren im Schaufenster arrangiert wurde, und die Produkte im Mittelpunkt für einen imaginären Kunden standen, hat laut Kiedaisch in den letzten Jahrzehnten ein Paradigmenwechsel stattgefunden. Heutzutage sind die KundInnen selbst Teil der Warenpräsentation geworden – umgeben von interaktiven Anwendungen. Die KundInnen oder die MuseumsbesucherInnen sind vom Besucher/Käufer (Konsument) zum Mitgestaltenden/Partizipierenden (Prosument) geworden – nicht das Produkt, sondern der Kunde ist König.

Über eine Konsumware wie auch über ein Museumsobjekt erfahren wir heutzutage auf zwei Arten mehr: unmittelbar offline beim Flanieren, Kennenlernen und Ausprobieren; aber auch online über verschiedene Formen der digitalen Inszenierung bis hin zur weiteren Vertiefung durch die kontextualisierende Augmented Reality. Informationssuche zu Produkten und Objekten findet online fast überall statt, um dann, im Falle eines Warenhauses, online zu bestellen bzw. im Falle eines Museums, um sich eine Ausstellung anzusehen oder selbst digital zusammenzustellen. ⁸ Mit der Fokussierung auf den Menschen, verbunden mit der zunehmenden Verschmelzung von on- und offline, muß die Gestaltung von Handelswelten neu konzipiert werden; damit verbunden sind neue Dimensionen der Kommunikation im Raum. Eine Herausforderung an Raumgestaltung – gleichermaßen für Museen als auch für Verkaufsräume – denn es besteht bei beiden die Gefahr des Besucherschwunds. Das Mehr an Möglichkeiten führten die nächsten Vorträge vor.



Eine der neuen Möglichkeiten: gestengesteuertes virtuelles Schaufenster. Foto: A. Rein

Professor Philipp Teufel (Malsyteufel GbR, Willich), der seit 2013 an der Peter Behren School of arts (PBSA) der Hochschule Düsseldorf „Retail Design“ lehrt, stellte zunächst seinen Studiengang vor. Er betonte, daß das haptische Erlebnis von überragender Bedeutung für das Kaufverhalten und damit die große Herausforderung für die Gestalter bliebe, die in einer Welt zwischen zunehmender Digitalisierung (= Entmaterialisierung) im Online-Handel und realen Läden seit 2005 oszillieren müssen. Teufel zeigte faszinierende Beispiele „virtueller Schaufenster“, vor denen Interessierte durch Bewegungen die dargestellten Waren hin und her bewegen und zur besseren Ansicht jene auch auf einem großen Display vergrößern und drehen konnten.⁹

In einem anderen Beispiel wurden Schuhe in einem Laden über ein Tablet bestellt, um dann über Rohrpostkanäle zum Kunden zu kommen. Sein Ziel das „holistic retail design“ führte er am Beispiel kinetisch animierter Warenträger wie Kleiderbügel vor, die sich wie von Zauberhand bewegen, wenn man sich den Kleidungsstücken nähert, oder auch an Waren (Besteck und Lebensmittel), die mit uns sprechen, Musik machen oder, um die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken, irgendwie unerwartet reagieren.

Tristan Kobler (Holzer Kobler Architekturen GmbH, Zürich) führte noch einmal die Verwandtschaft der beiden Welten Verkauf und Museums/Ausstellungen vor Augen. So ginge es in beiden Welten um „das Verführen und Begeistern“. In seinen Ausführungen belegte er an Beispielen die von Kiedaisch eingangs formulierte These, daß es in einer Shoppingmall vor allem um das Erlebnis (Freizeitgestaltung) und nicht ums Kaufen geht. Während früher Händler reisten und ihre Klientel bewarben, müssen heute KundInnen die Zentren aufsuchen, wo sie auch unterhalten werden wollen. Diesem Paradigmenwechsel folgend, entwarf Kobler 2003 das „Ebisquare“, eine bunte Erlebniswelt für die Schweiz, die jedoch zu bunt war und deshalb bisher nicht gebaut wurde. Seine Entwürfe zu vielfältiger Interaktion im Raum statt zu schlichten Verkaufszentren – sind inzwischen aktueller denn je.¹⁰ Kobler folgte in seinem Entwurf nicht der Frage: „Wie verkaufe ich gut?“, sondern „Wie gebe ich einer Stadt einen starken Ort zurück?“ Seine These lautet: wenn der Ort gut ist, kaufen die Leute von ganz alleine. Eine neue Herausforderung für GestalterInnen entwirft aktuell China, wo sich Shopping Center leeren und der Online-Handel alljene KundInnen übernimmt, welche die vielen Staus auf den Straßen vermeiden wollen.

Jan Knikker (MVRDV, Rotterdam) hingegen präsentierte ein Beispiel sozio-kulturellen ganzheitlichen Gestaltens von Lebenswelten (Mensch-Umwelt-Architektur) am Beispiel der „Markthal Rotterdam, het foodwalhalla van Nederland“. ¹¹ Um den Wettbewerb zu gewinnen, ließen sich die Gestalter vorher von Märkten in Barcelona mit ihrer Angebotsfülle, spezifischen ästhetischen Produkt-Präsentationen und Anklängen an römische Markthallen inspirieren. 2014 wurde die Markthalle eröffnet und erreichte bis 2015 bereits 4,5 Millionen BesucherInnen.¹²

In der anschließenden Runde mit Dr. Jons Messedat (Corporate Architecture Institut) wurde noch einmal die Sehnsucht nach haptischen Erlebnissen in gut ge-

stalteten, authentischen Räumen als Gegenentwurf zu rein digital anzuklickenden Lebenswelten deutlich. Sicher ist, daß der Bedarf nach generationenübergreifenden Spielplätzen für interdisziplinäres, ganzheitliches Denken mit den damit verbundenen neuen Arbeitsfeldern eine große Chance für die Szenographie darstellt. Mit den grundlegenden Unterschieden zwischen Shoppingwelt und musealen Institutionen wollte man sich leider nicht weiter beschäftigen. Gerade dies wäre aber eine wichtige Voraussetzung für die immer wieder erhoffte Annäherung von Szenographie und Museumswelt.

Panel 2: „Edutain me! – Neue Lernwelten zwischen Irrsinn und Scharfsinn“

Der Szenograph Jean Louis Vidère Ésèpe führte dieses Spannungsfeld mit der Frage ein, ob Lernen und Unterhaltung zusammengehen oder sich doch eher behindern. Seine zentrale Idee war „Lernen im Spiel“. Dementsprechend treten laut Vidère die Teilnehmer aus dem Alltag mit der Bereitschaft heraus, sich an einem spezifischen Ort für eine begrenzte Spielzeit anderen Inhalten zu widmen. Angeblich ginge es hier um die „Lust am Entdecken“ und um das „gemeinsame Ausprobieren“. Diesen Ansatz sollten die vier folgenden Vorträge zu Spielwelten und Kindermuseen konkret vor Augen führen – was jedoch nicht allen gelang.

Alicia Leuschner (TRIAD, Berlin) erläuterte anschaulich die Gestaltung der interaktiven Kindererlebniswelt „kidsworld“ mit 3400 m² für 3-8jährige innerhalb einer Shoppingmall in Harbin, China.¹³ Zur inhaltlichen Vorbereitung dieses Projekts wurden viele generationsübergreifende Interviews mit Familien und LehrerInnen durchgeführt. Deutlich wurde dabei, daß die Einkindpolitik zu einer Überbetreuung der Kinder mit der Folge geführt hat, daß jene fast keinen Schritt mehr unbeobachtet und alleine machen.¹⁴ Vor diesem Hintergrund entwickelte TRIAD fünf abgeschlossene Themenwelten, die auf einer „Zugreise“ abgefahren werden können. An den einzelnen Stationen verlassen die Kinder das Abteil und lernen selbständig unter lockerer pädagogischer Betreuung die inszenierten Welten kennen – während die Eltern im Zug sitzen bleiben oder shoppen gehen. Eine überraschende Beobachtung war, daß die meisten Kinder erst einmal lernen mußten, selbst aktiv auf etwas zuzugehen und nicht passiv darauf zu warten, daß sie ein Erwachsener animiert und motiviert.

Sowohl in der chinesischen Kidsworld als auch im französischen Erlebnispark „Futuroscope“ (Poitiers) stellten westliche Weltsichten die Grundlage der Inszenierung dar. So wurde z.B. nicht deutlich, wie traditionelle chinesische Perspektiven (etwa in der Heilkunde) Einfluß auf die inhaltliche Gestaltung von Themenwelten bekämen. Auch Olivier Héral formulierte in seinem Vortrag den Anspruch, eine Kombination von Vergnügen und Bildung im sog. Futuroscope zu vermitteln. Das Gegenteil wurde jedoch durch seinen Beitrag deutlich: So transportiert der dort bereits seit 2013 laufende Trickfilm „Raving Rabbits“ koloniale, unkritische Konzepte, die keine Vorurteile hinterfragen (um zu bilden), sondern rassistische Vorstellungen von Haltungen und Umgangsformen verstärken. Drei Figuren, die durch ihre Federhauben an „Indianer“ erinnern sollen, ver-



Screenshot aus „Raving Rabbits“, Szene 3 (<http://www.futuroscope.com/attractions-et-spectacles/tres-cretin/la-machine-a-voyager-dans-le-temps>) (besucht am 28.11.2015). Die schwarzen Streifen unten sind gewollt.

beugen sich in einer Art huldigenden Unterwerfungshaltung wiederholt auf dem Boden. Vor ihnen steht eine an eine Waschmaschine erinnernde Zeitmaschine, auf der die zu einer Art Totempfehl aufgetürmten weißen (!) Trickhasen, genannt „die dummen Hasen, Aerobar und Lady Ö“, ¹⁵ triumphierend tanzen und herumkreischen. Im weiteren Film wird keine Auflösung dieses Stereotyps unkritischer Geistergläubiger und unterwürfigen, primitiven Wilden vorgenommen, die Hasen „reisen“ nonstop zur letzten Szene weiter. Mit diesem Film wollte uns Héral angeblich zeigen: „How to integrate an educational dimension to content that does not have“. Auf meine kritische Nachfrage hin bestätigte mir Héral – ohne das Gesehene weiter zu erklären: „Yes, the ‚Indians‘ remain the stupid ones“. Auch wenn diese Trickfilmzeitreise als Parodie verkauft wurde, sind solche rassistischen Stereotypen mit ihrer Vermischung von realer Welt und einer Phantasiewelt, bekannt auch aus einem anderen Erlebnispark, ¹⁶ nicht akzeptabel und haben mit Bildung nichts zu tun (eher mit Ver-Bildung). Konsequenterweise weiter gedacht, tragen solche ahistorischen und rassistischen Blödeleien unter Umständen sogar zu einer Ausgrenzung und Radikalisierung sich diffamiert erlebender Bevölkerungsgruppen bei. ¹⁷

Die beiden VertreterInnen der Kindermuseen, Christoph Fricker (Landesmuseum Baden Württemberg ¹⁸) und Dr. Elisabeth Menasse-Wiesbauer (Zoom Kindermuseum, Museum Quartier Wien ¹⁹) stellten zwei konträre und unterschiedliche Konzepte vor. Fricker präsentierte einen traditionellen, seit den 70er Jahren klassischen Ansatz der Museumspädagogik (Hands on + Methodenmix) für ein Mitmachmuseum für Kinder und ihre Familien zu kulturhistorischen Themen und betonte dabei, daß ein Museum kein Abstellort für ihre in der Zwischenzeit shoppenden Familienangehörigen sei. Ein besonderes partizipatives Element im Schloßmuseum stellt der Kinderbeirat von 15-20 Kindern im Alter von ca. 8 Jahren dar, der an Workshops mit Gestaltern teilnimmt und dabei kritische Fragen aus Kindersicht stellt.

Menasse-Wiesbauer erläuterte nach einem sehr guten Überblick über die Geschichte von Kindermuseen (das erste 1899 in Brooklyn), in dem ebenfalls nicht die Sammlung, sondern das Publikum im Mittelpunkt steht, das Konzept von ZOOM. Mit Bezug auf entwicklungspsychologische Theorien wird mit empathischem Blick auf Kinder als kompetente Partner geschaut, die sich Wissen selbst aneignen. ZOOM arbeitet mit einer konstruktivistischen, holistischen Lerntheorie, nach der Lernen bei jedem Kind andere Resultate zeitigen kann und Lernen und Forschen als ganzheitliches Körper-Erlebnis begriffen wird. Auch bei schwierigen Themen wie „Leben auf der Flucht“ wird danach gesucht, was Kinder zentral interessieren könnte. Während Erwachsene aus den Objekten und Texten ein Narrativ zusammensetzen (sie konzentrieren sich auf das „was“), wollen Kinder eine Szenographie und eine mündliche Vermittlung („wie“), um die Welt mit allen Sinnen zu erleben und um sich selbst dabei nach dem Motto: Spielen=Lernen auszuprobieren. Koblers Hinweis in der anschließenden Diskussion, daß er bei seinen Entwürfen grundsätzlich keinen Unterschied zwischen Ausstellungen für Erwachsene und jenen für Kinder mache, läßt darauf hoffen, daß zukünftige Ausstellungskonzepte auch für Erwachsene über Texte hinaus wieder ansprechender für alle Sinne werden. ²⁰

Panel 3: „Welten bauen – immersive Umgebungen“

Mit dem bekannten Pippi Langstrumpf-Lied eröffnete Professor Dipl.-Ing. Tobias Wallisser (abk Stuttgart) dieses Panel mit der Frage nach Ideen und Prozessen hinter den Projekten, die jene am Ende so außergewöhnlich machten.

„Neugier“ stehe laut Wolfram Putz im Zentrum hinter jedem Projekt von GRAFT (Berlin). ²¹ Im Spannungsfeld der „Eindeutigen Doppeldeutigkeit“ suchen sie im Team nach (architektonischen) Lösungen, die phantasievoll traditionelle Grenzen überschreiten und auch etablierte Denkansätze in Frage stellen – dazu gehö-

ren das Denken in Kreisen (circularity) und glückliche Zu(Ein)fälle (serendipity). Dem Motto Gandhis folgend: „Die Welt hat genug für jedermanns Bedürfnisse, aber nicht für jedermanns Gier“ entwarf GRAFT einen Solarkiosk: ²² In Äthiopien und Botswana leuchten nun nachts diese Kioske als ein Beitrag sozialer architektonischer Komponenten für mehr Gerechtigkeit und Kommunikation. Denn wer Strom hat, hat auch eine Ladestation für seine Mobilgeräte und kann aktiv die Welt mitgestalten.

Im Beitrag von Prof. Martin Haas (haascookzemmrich Studio 2050, Stuttgart ²³) ging es weiter mit der Forderung, Mensch, Raum und Umwelt in Einklang zu bringen. 100 Jahre hätten Architekten menschliche Grundbedürfnisse (Gefühlswelt) vernachlässigt. „Form follows function“ sei nicht mehr zeitgemäß in einer Welt des Wandels. Ein kultureller Mehrwert entstehe erst durch Berücksichtigung von Humanbedürfnissen: Die heutzutage üblichen wechselnden Tätigkeiten innerhalb eines Lebensweges finden noch keine Berücksichtigung in den Häusern, die eindeutige Funktionsräume zum Leben und Arbeiten vorgeben. Heute sucht man weniger nach eindeutigen Raum-Zuordnungen für die Erfüllung der Anforderungen einer Leistungsgesellschaft, als nach Orten des Wohlbefindens mit haptischen Qualitäten und geringem ökologischen Fußabdruck. Laut Haas hätten ideale Häuser einen eigenen Stoffwechsel, der selbständig auf die Jahreszeiten reagieren könnte. Eine Weiterführung dieser Idee u.a. durch einen selbst atmenden Pavillon (Expopavillon Saragossa 2008 ²⁴) präsentierte Enrico Ruiz-Geli (Cloud 9 Barcelona ²⁵) mit seinen Vorstellungen einer „architecture of particles“.

Ein Ziel von „Raumwelten“, nämlich Mittelstand, Kreative, Studierende sowie ein kulturinteressiertes Publikum zu erreichen, wurde zwar erfüllt. Leider fehlte auch hier am Ende die von Kiedaisch in ihrer Paneldiskussion angekündigte Tagungszusammenfassung. Die Präsentationen folgten hintereinander ohne gegenseitige Bezugnahme, Ein- und Überleitung. Auch wurden sie in den Abschlussdiskussionen nicht noch einmal als hochgradig kontrovers aufgenommen. Auffallend uninspiriert war die Inszenierung der Bühne. Ein überdimensional ein-



Der Vortragsraum als Dunkelkammer. Allein Vidière löste am Ende die vorlesungsähnliche Stuhlverankerung in den ersten Reihen auf, so daß Diskutierende und TeilnehmerInnen sich auf Augenhöhe gegenüber saßen. Foto: Reiner Pfisterer

gestelltes PP-Projektionsbild verbannte das Rednerpult in die äußerste linke Ecke und die Stühle für Paneldiskussionen an den rechten Rand. Alles war schwarz in schwarz gehalten. Unverständlich blieb, warum der Raum derart stark abgedunkelt werden mußte. Power Point kann Licht gut vertragen und Licht hilft ZuhörerInnen beim Wahrnehmen, Denken und Verstehen. Auffallend war, daß Szenographen, die wunderbare Museen und Warenwelten bildungs- und verkaufsfördernd gestalten können, derart lieblos mit sich selbst umgehen können.

Angebote, die Methodenvielfalt mit Bewegung im Raum („Raumwelten“) zu verbinden, müßten viel öfter auf Tagungen umgesetzt werden. Um teilzuhaben, will der Mensch als dreidimensionales Wesen wahrgenommen und aktiviert werden. Reine Frontalpräsentationen sind auf Dauer lähmend – vor allem auch dann, wenn sich eine Veranstaltung das Ziel einer fachlichen Vernetzung gestellt hat und sich große Kompetenzen nicht nur bei den Vortragenden, sondern auch bei den Zuhörenden finden. Für die Folgeveranstaltungen wäre zudem ein besseres Zeitmanagement (mit offener Diskussionszeit!) wünschenswert. Am dritten Tag sollten mehr studentische Projektgruppen die Chance haben, sich zu präsentieren. Außerdem funktioniert eine nachhaltige Förderung des Nachwuchses nur über eine allen zugängliche Publikation der Kontaktdaten.

Fünf Thesen für eine neue Qualität der Ausstellungskultur: Der 2. Szenografie-Gipfel in Berlin (27./28. April 2015)

Das Gerangel um Kompetenzen und Zuständigkeiten zwischen zwei Lagern, die beide gute Ausstellungen machen wollen und können, war auch Thema des 2. Gipfels der Szenographie, der dieses Mal im Märkischen Museum in Berlin stattfand. Die Unfähigkeit vieler guter WissenschaftlerInnen und KuratorInnen, ihr Thema nicht im Raum denken und gestalten zu können, wird von Szenographen gerne und ideenreich gefüllt. Da Bewertungsmaßstäbe fehlen, kann dies MuseumsvertreterInnen verunsichern, sodaß innovative Ansätze oft abgeblockt werden. Diese Erfahrungen können wiederum zu einer kritischen und leicht abwertenden Haltung bei SzenographInnen gegenüber der Museumswelt führen. Ein Tenor des Gipfels war, daß sich beide Gruppen mit mehr Respekt und gegenseitiger Wertschätzung begegnen müssen.

Pünktlich zum 2. Gipfel legte das Team (bestehend aus Gerhard Kilger, Frank den Oudsten und Erika Wobser) den 24 TeilnehmerInnen aus Deutschland und der Schweiz einen Folianten mit den Dokumenten aus den Diskussionsrunden von 2014 zum allgemeinen Nachlesen und Nachschauen vor – zumindest vom Umfang her ein beeindruckendes Werk.

Das Treffen am nächsten Tag folgte dem Format des 1. Gipfels: ²⁶ sieben Staffeleien mit weißen Blättern und einem Glücksrad, das die Zusammensetzung der einzelnen Gruppen nach jeder Runde neu bestimmte. Nach einer festgesetzten Zeit zu einem Thema wurde jeweils gewechselt, um sich so für die nächste These in anderer Zusammensetzung gegenseitig zu inspirieren. Der Zeitrahmen für eine These war jeweils eine Stunde. Disku-



Inhaltliches durch eine außergewöhnliche Form in Szene setzen: Die Veranstalter Kilger, Wopser und den Oudsten mit dem Gipfelfolianten. Foto: A. Rein

tiert wurde zunächst 15 Minuten in Kleingruppen vor einer Staffelei, wobei gleichzeitig die wichtigsten Aspekte aufgeschrieben oder gezeichnet wurden, um sie dann anschließend im Plenum reihum zu präsentieren.

Während sich der 1. Gipfel u.a. intensiv auf Störungen in der Zusammenarbeit zwischen SzenographInnen und Museen hinsichtlich von Projektorganisation und Inhalten konzentrierte, aber noch keine Antworten auf dieses Problem gefunden wurden, ging es in 2015 eher um Fragen nach einer neuen Qualität der Ausstellungskultur, deren Antworten letztendlich wieder in eine gemeinsame Erklärung als Ergebnis der beiden Gipfel münden sollte. Dieses Mal wurden die von den VeranstalternInnen vorgegebenen „Thesen“²⁷ um die Hälfte reduziert, die nur fünf Thesen waren auch laut den Oudsten „polemischer und experimenteller“ formuliert:

1. Szenographie kann zu einer bedeutenden und sinnstiftenden Komponente im gesellschaftlichen Dialog wachsen!
2. Der Wert von Wissensvermittlung und Wertebildung durch Museen muß höher eingestuft werden!
3. Jede kuratorisch – dramaturgische Praxis benötigt Einsicht in die Wirkung des szenographischen Instruments!
4. Mehr Raum für schöpferische Prozesse!
5. Transformative Potentiale aus exzentrischer Perspektive nutzen!

Es blieb offen, wie das anvisierte Ziel, konkrete Forderungen oder Verbesserungsvorschläge am Ende zu formulieren, mit diesen „polemischen“ und unkonkreten Vorgaben überhaupt erreicht werden könne. Auch bauten die Thesen nicht erkennbar auf denen des ersten Gipfels auf.

Der angekündigte experimentelle Charakter der Thesen kam jedoch in einigen Beiträgen zum Ausdruck. So wurden zur „These 3“ Phantasieformeln konstruiert, um dem vorgegebenen Uneindeutigen ein scheinbar berechenbares und humorvolles Gerüst zu geben (Bodo Baumunk; Lutz Engelke, Anette Rein, David Roth).

Ein fast leeres Blatt, mit Kommentaren in winzigen Schriftzügen in den oberen beiden Ecken und mündlich präsentierten philosophischen Überlegungen war das auf künstlerische Weise visualisierte Ergebnis von „These 5“ u. a. von Charlotte Tamschik und Lutz Engelke.

Die Gruppe um Petra Kiedaisch (mit Bodo Baumunk, Anette Rein, Tim Ventimiglia) entwarfen zur „These 4“ einen „April-Raum“. Anhand eines gezeichneten Baumes (mit seiner natürlichen Umgebung) sollte illustriert werden, daß die unter der Erde liegenden Wurzeln die Nahrung für die Pflanze in den sichtbaren Bereich transportieren. Überträgt man dieses Bild auf eine Projektstruktur, so entspricht der sichtbare Bereich des Baums den 90% Projektmanagement der darin eingebundenen Menschen. Das unter der Erde liegende Wurzelwerk ist mit der gemeinsamen Basis für eine Projektgruppe zu vergleichen, von der sich alle über die anstrengende Zeit hinweg nähren können. Es wird jedoch im allgemeinen vergessen, diesen Boden – dessen Qualität bereits beim Briefing entsteht – von Anfang an für alle zu bereiten. Respekt und Wertschätzung, die emotionale Ebene aller Beteiligten, brauchen mehr Zeit, damit für eine „Projektpflanze“ das durch einen guten „Humus“ geschaffene Kräftepotential optimal eingesetzt werden kann.

Durch die recht allgemein gehaltenen Thesen wurden in den Diskussionen keine konkreten Ansätze zu einer zukünftig verbesserten Gestaltung von Prozeßabläufen entwickelt. Wie auf den meisten Museumstagungen auch, wurde auf den bisherigen Szenographiegipfeln nur mit Bildern und Texten gearbeitet – obgleich die Vermittlung von Objekten und die Gestaltung von Räumen in den Diskussionen als die Kernaufgabe von SzenographInnen betont wurde. Für eine zielführendere konkrete Diskussion wäre es deshalb sinnvoll, in einer solchen Veranstaltung mit (Museums-)Objekten und Räumen, und nicht nur mit Staffeleien (Papier und Stiften) als Denkmätern zu arbeiten. Sicher wären dann andere (konkretere und nachprüfbarere) Ergebnisse von den meist hochdotierten und mit einem reichen Erfahrungsschatz versehenen Anwesenden zu erwarten. Ausdruck für das Unbehagen an Form und Inhalt des Gipfels und der Wunsch, die TeilnehmerInnen stärker in die inhaltliche Gipfelplanung mit einzubeziehen, war auch der Vorschlag von Shirin Brückner, zu Beginn des Gipfels 2016 über mitgebrachte eigene Thesen der TeilnehmerInnen in der Gruppe abzustimmen.

Obgleich viele Fragen offen blieben, war auch der zweite Gipfel durch einen freundschaftlichen Umgang untereinander geprägt. Die TeilnehmerInnen, die sonst eher miteinander um Aufträge und Anerkennung konkurrieren, nutzten das Treffen zum ausgiebigen Austausch.

Anmerkungen:

- 1 <https://www.youtube.com/watch?v=8oi7DHyc2WI> (besucht am 26.11.2015); <https://www.youtube.com/watch?v=uTBDzEPNI2c> (besucht am 26.11.2015)
- 2 <http://www.raum-welten.com/programm/raumwelten-business/> (besucht am 16.11.2015)
- 3 Ein Entwurf von Studierenden der Hochschule für Technik und der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart. Unter dem Hashtag #spacefor wurde das Programm u.a. mit Performances und Vorträgen ver-

- öffentlich. <http://www.raum-welten.com/programm/raumwelten-public/raumwelten-pavillon/> (besucht am 26.11.2015). <https://vimeo.com/143869276> (besucht am 26.11.2015)
- 4 Dank an Petra Kiedaisch für die Überlassung ihres Manuskripts.
- 5 Prada Aoyama in Tokyo, Japan. <https://www.herzogdemeuron.com/index/projects/complete-works/176-200/178-prada-aoyama.html> (besucht am 17.11.2015)
- 6 <http://de.louisvuitton.com/deu-de/artikel/frank-gehry-schau fenster-fur-louis-vuitton> (besucht am 17.11.2015)
- 7 http://www.baunetz.de/meldungen/Meldungen-Chipperfield-Kaufhaus_in_Innsbruck_eroeffnet_968451.html (besucht am 17.11.2015)
- 8 <http://www.museum-outreach.de/digital-outreach/> (besucht am 26.11.2015); Verfremdungen sind auch möglich, wie folgendes Video zeigt: <https://www.youtube.com/watch?v=0aALc4REB3E> (26.11.2015) zur Wiedereröffnung des Rijksmuseum 2013 nach zehnjähriger Renovierung. Vgl. zur Sammlungsdigitalisierung und der damit verbundenen kostenfreien Publikation der Sammlung <https://www.youtube.com/watch?v=5MzgjflV-E> (besucht am 26.11.2015)
- 9 Für den Bibliotheks- und Museumsbereich hat unlängst Zeuschel eine vergleichbare gestengesteuerte 3D-Anwendung vorgestellt. Vgl. Jürgen Neitzel: Dreidimensionale Präsentation des Utrecht-Psalters für jedermann. In: MUSEUM AKTUELL, Januar 2016, S. 28f, ähnlich auch in EXPOTIME! January 2016, p. 54-56 (hier auch mit Video): <http://www.museum-aktuell.de/expoTime/eTime/ExpoTime!-2015-12/index.html>
- 10 <http://www.mallofswitzerland.ch/> (besucht am 27. 11. 2015); <http://www.holzerkobler.com/de/thema/architektur> (besucht am 17. 11. 2015)
- 11 <http://markthalrotterdam.nl/> (besucht am 27.11.2015)
- 12 vgl. Borgnogo 2015
- 13 <https://www.triad.de/de/projekte/kinderwelt-kidsland/> (besucht am 28.11.2015)
- 14 Vgl. Wild 2015
- 15 <http://en.futuroscope.com/broschueren-in-deutscher-sprache> (besucht am 28.11.2015); <http://www.futuroscope.com/attractions-et-spectacles/tres-cretin/la-machine-a-voyager-dans-le-temps> (besucht am 28. 11. 2015). Eine Abbildung dieser Begegnung mit den „Indianern“ unter <http://www.futuroscope.com/attractions-et-spectacles/tres-cretin/la-machine-a-voyager-dans-le-temps> (besucht am 28. 11. 2015). Laut Wild (2015) wurde diese Erlebniswelt dem Computerspiel „Rayman Raving Rabits“ angepaßt.
- 16 „Piraten in Batavia im Europapark Rust. Abenteuerliche Boots fahrt durch die exotische Welt der Hafenstadt Batavia in der ehemaligen Kolonie Niederländisch-Ostindien“. Zitiert von der Website: <http://www.europapark.de/de/park/attraktionen-shows/piraten-batavia> (besucht am 28.11.2015); dazu eine gefilmte Rundfahrt: <https://www.youtube.com/watch?v=uOcamfYLZtU> (besucht am 28.11.2015)
- 17 An dieser Stelle muß betont werden, daß die im Film gezeigten Trickfilm-„Indianer“ nichts mit den Nachkommen der amerikanischen Urbevölkerung zu tun haben. Die aufgetürmte Hasensäule, die an einen Totempfahl der Nordwestküstenkulturen erinnert, hat nichts mit der Pfeife der Plains-Indianer zu tun, die der oberste Hase in seinen Pfoten hält; beide sind kein Totem. Die Kleidung, von den Plains inspiriert, ist aus dem Süden der USA (Monument Valley); die im Text erwähnten Rauchzeichen hingegen haben eine weite Verbreitung vor allem östlich der Rocky Mountains. Ich danke Prof. Dr. Christian Feest für die ethnographischen Details zu dieser Konstruktion von „Indianern“.
- 18 <http://www.junges-schloss.de/> (besucht am 28.11.2015)
- 19 <http://www.kindermuseum.at/> (besucht am 28.11.2015)
- 20 Rein 2015, S. 24f
- 21 <http://graftlab.com/?lang=de> (besucht am 29.11.2015)
- 22 http://graftlab.com/portfolio_page/solarkiosk-2/ besucht am 29.11.2015; vgl. Thöricht 2015
- 23 <http://www.haascookzemmrich.com/> (besucht am 29.



Petra Kiedaisch präsentiert zur 4. These den „April-Raum“. Foto: A. Rein

11. 2015)
 24 <http://www.ruiz-geli.com/projects/built/pabellon-de-lased> (besucht am 29.11.2015)
 25 <http://www.ruiz-geli.com/team> (besucht am 29.11.2015)
 26 Rein 2014
 27 Zum Begriff „These“ erläutert der Duden, daß es sich um einen „(bildungssprachlich) behauptend aufgestellten Satz, der als Ausgangspunkt für die weitere Argumentation dient (Philosophie)“ handelt oder daß eine These „(in der dialektischen Argumentation) Behauptung“ ist, „der eine Antithese gegenübergestellt wird“... <http://www.duden.de/rechtschreibung/These> (besucht am 7.4.2016)

Literatur

- Borgogno, Daniela: Panel 1: Handelswelten – Von der Inszenierung von Waren. <http://www.raum-welten.com/raumwelten/echtzeitredaktion/echtzeitdokumentation/panel-1-art-research/> 13.11.2015 (besucht am 27.11.2015)
 Feest, Christian (Hg): Indian Times. Nachrichten aus dem roten Amerika. Frankfurt am Main 2002
 Film- und Medienfestival gGmbH: Raumwelten – Programm. Plattform für Szenographie, Architektur und Medien. Ludwigsburg/Stuttgart. Stuttgart 2015
 Thöricht, Franz: Panel 3: Welten bauen – immersive Umgebungen. <http://www.raum-welten.com/raumwelten/echtzeitredaktion/echtzeitdokumentation/panel-3-art-research/> o.J. (besucht am 28.11.2015)
 Rein, Anette: The new permanent exhibition in the Brooklyn Art Museum, NY: stimulating Wunderkammer or intellectual chamber of torture? In: EXPOTIME! Oct/Nov 2015, S. 16-29: <http://www.museum-aktuell.de/expoTime/eTime/ExpoTime!-2015-11/index.html>

- Rein, Anette: „Zehn Thesen und ein Glücksrad: der Szenographiegipfel in Berlin am 28./29. April 2014.“ MUSEUM AKTUELL 210, 2014, S. 11-14. <http://www.bundesverband-ethnologie.de/kunde/assoc/15/pdfs/Rein-2014-Zehn-Thesen-und-ein-Gluecksrad.pdf> (besucht am 7.4.2016)
 Wild, Natalie: Panel 2: Edutain me! – Neue Lernwelten zwischen Irrsinn und Scharfsinn. 13.11.2015 <http://www.raum-welten.com/raumwelten/echtzeitredaktion/echtzeitdokumentation/panel-2-art-research/> (besucht am 28.11.2015)

KONSERVATIV.

Konservatorisch-restauratorische Texte schnell und elegant schreiben und übersetzen mit der völlig neuen deutsch-englisch-deutschen Datenbank. Jetzt über 25,600 Fachwörter!

http://www.museum-aktuell.de/index.php?site=kwb_register&TM=8

Neu: frei zugängliche Testabfrage. Trainiert ungemein: „Valsche Freunde“, die ständig wachsende Liste falscher Begriffe aus bekannten Fachwörterbüchern.



Thomas Spring, Andreas Wenger, Tristan Kobler, Beat Hächler und Otto Steiner. Foto: A. Rein

Das Deutsche Museum ist eines der größten technisch-naturwissenschaftlichen Museen weltweit. Der Bereich Medientechnik ist zuständig für die Entwicklung, die Instandsetzung und den Betrieb von Medienstationen und medientechnischen Einrichtungen in allen Ausstellungen des Deutschen Museums. Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Medieninformatiker (w/m)

Ihre Aufgaben

- Konzeption und Entwicklung eines hausübergreifenden Medienkonzeptes
- Koordination und Durchführung von Ausschreibungen für die Beschaffung von Medientechnik
- Ansprechpartner für Kuratoren und Ausstellungsgestaltung bei der Verwendung von Medientechnik
- Evaluierung von Medientechnik

Ihr Profil

- erfolgreich abgeschlossenes Bachelor-Studium der Medieninformatik
- einschlägige Berufserfahrung in der modernen Medien- und Präsentationstechnik
- fundiertes Wissen um Hard- und Software im Bereich Medientechnik
- von Vorteil: Erfahrung mit Ausschreibungen im öffentlichen Dienst, Museumserfahrung

Persönliche / soziale / methodische Kompetenzen

- Eigeninitiative, analytische Fähigkeiten
- Kommunikations- und Teamfähigkeit
- Problemlösungs- und Zielorientierung

Wir bieten

- einen verantwortungsvollen, interessanten und vielseitigen Arbeitsplatz im öffentlichen Dienst mit familienfreundlichen, geregelten Arbeitszeiten in Münchner Innenstadtlage.
- Die Stelle ist auf 2 Jahre befristet. Das Deutsche Museum schließt bei Einstellung zunächst alle Arbeitsverträge für 6 Monate befristet ab.
- Die Vergütung erfolgt nach Entgeltgruppe E 10 TV-L (ca. 3.257,- € brutto bei Vollzeit).
- Es besteht grundsätzlich die Möglichkeit der Teilzeitbeschäftigung, jedoch nicht auf 450,- €-Basis.

Das Deutsche Museum fördert die berufliche Gleichstellung von Frauen und Männern und begrüßt es, wenn Frauen sich bewerben.

Schwerbehinderte Menschen werden bei gleicher Eignung und Qualifikation bevorzugt. Von ihnen wird jedoch ein Maß an körperlicher Eignung verlangt, das den Anforderungen des Arbeitsplatzes gerecht wird.

Sind Sie interessiert?

Dann freuen wir uns auf Ihre aussagefähigen und vollständigen Unterlagen mit Lebenslauf, Abschluss- und Arbeitszeugnissen bis zum **04.05.2016**. Verspätete Bewerbungen können nicht berücksichtigt werden.

Bewerbungen senden Sie bitte unter Angabe der Nr. **1617** per E-Mail nur im **pdf-Format** als **eine Datei** an bewerbung@deutsches-museum.de.

Bei Bewerbungen auf dem Postweg (Postanschrift: Deutsches Museum – Personalstelle – Museumsinsel 1 – 80538 München) beachten Sie bitte, dass wir Ihre Bewerbungsunterlagen nach Abschluss des Verfahrens leider nur zurücksenden können, wenn ihnen ein ausreichend frankierter Rückumschlag beiliegt.

Die VerfasserInnen

Dr. Anette Rein

Ethnologin, Fachjournalistin, 1. Vorsitzende des Bundesverbandes freiberuflicher Ethnolog_innen e.V., Vorstandsmitglied ICME/ICOM; Spezialgebiete: Wissenschaftsmoderation, Theorien musealer Vermittlung, Szenographie
Schifferstr. 68, 60594 Frankfurt/M., T. +49 (0)170 27 58 231
vorstand@bundesverband-ethnologie.de
<http://www.bundesverband-ethnologie.de>

Prof. Dr. Raimund Wünsche

Staatliche Antikensammlungen und Glyptothek
Katarina-von-Bora-Str. 10, 80333 München
raimund.wuensche@gmx.de

Impressum / Imprint

Verlag Dr. Christian Müller-Straten
Kunzweg 23, 81243 München
T. +49-(0)89-839 690-43, Fax -44

Als Premium-Abonnements bieten wir:

- **Jahresabonnements**
- **verbilligte Zweijahres-Abonnements**
- **verbilligte Bibliotheks-Abonnements**
- **verbilligte Studenten-Abonnements**
- **Konservatoren-Abonnements (= 3 Spezialausgaben). Die Premiumabonnements bieten geldwerte Zusatzvorteile.**

Für Online-Leser gibt es das **preisreduzierte Online-Abonnement** in drei Varianten:

- 1) statt des Print-Abonnements bei Neubestellungen
 - 2) zusätzlich zum Print-Abonnement
 - 3) **das Studenten-Online-Abonnement für 40 €.**
- Diese drei Varianten erlauben den Besuch des Online-Archivs bis Januar 2009! http://www.museum-aktuell.de/index.php?site=register_ebook&TM=1

Nachrichtenteil und Redaktion:

Dr. Adelheid Straten, München, verantwortlich; s. Verlag. adelheid.straten@museumaktuell.de

Verlagsleiter:

Dr. Christian Müller-Straten, verantwortlich auch für Anzeigen und Vertrieb. Erreichbar unter <https://www.facebook.com/MUSEUM.AKTUELL>

Anzeigen:

Medienberatung Lutz F. Boden
Glaserstr. 17, D-60599 Frankfurt/Main
T. +49-(0)69-98959802 oder 0175-3328668
lutz.boden@medienberatung-boden.de

Druckerei:

Druckerei Mühlbauer, Puchheim bei München

Die gültige **Anzeigenpreisliste Nr. 19 vom 1.2.2016** und die dort genannten **Themenpläne** sind auf unserer Website <http://www.museum-aktuell.de> einsehbar.

Besondere Hinweise:

Wir verwenden eine nur leicht modifizierte **alte Rechtschreibung**.

Keine Haftung für Bilder und Manuskripte. Alle Angaben nach bestem Wissen und Gewissen, aber ohne Gewähr und Haftung.

Ansichten von Autoren müssen sich nicht mit jener von Verlagsleitung und Redaktion decken.

Gerne veröffentlichen wir **Leserstatements**, die den Verlag per Mail, Fax oder postalisch erreichen. Diese können auch ohne vorangegangene Einverständniserklärung an geeigneter Stelle veröffentlicht werden. Wenn Sie uns Beiträge anbieten möchten, bitten wir vorab um telefonische Kontaktaufnahme.