

Szenografie

in Ausstellungen und Museen VIII

Museum und Stadt / Stadt und Museum
Ausstellung als sozialer Raum

:Dasa

avedition

Inhalt

04 Gregor Isenbort

Einleitung

I Museum und Stadt / Stadt und Museum

10 Jasper Visser

Museums in the city of the future

14 Ralf Beil

Wolfsburg Unlimited. Eine Stadt als Weltlabor
oder: Wie stellt man eine Stadt aus?

26 Peter Cachola Schmal

Making Heimat. Germany, Arrival Country

40 Christina Haak

Plug In. Das Museum und 'seine' Stadt

48 Sven Klomp

Aufmerksam für das Gewöhnliche.
Eine Ausstellung über einen Weg

60 Jan Gerchow

Relevanz, Diversität, Partizipation.
Das neue Stadtmuseum für Frankfurt

72 Heinrich Theodor Grütter

Ein Heimatmuseum neuen Typs.
Das Ruhr Museum auf dem Welterbe
Zollverein in Essen

82 Henning Meyer

Heimat Museum. Auf der Suche nach Identität

88 Christine Nippe

Kunst baut Stadt. Zur Produktion von
symbolischem Metropolenkapital

II Ausstellung als sozialer Raum

- 96 **Luise Reitstätter**
So sozial? Eine Analyse der Ausstellung
als Interaktionsraum
- 110 **Helmut Gold**
Vom Ende des Rundgangs. Die Neukonzeption
des Museums für Kommunikation Frankfurt
- 120 **Paul Spies**
Populisten: Nein, danke! oder: Populisten,
willkommen! Fünf Ansätze aus dem
Amsterdam Museum für ein offenes Museum
- 128 **Stefan Jauslin**
Emotional Landscapes
- 138 **Martin Brandt Djupdræt**
Schaffung sozialer Räume durch Stimmung,
Interaktion und Miteinbeziehung
- 148 **Tim Ventimiglia**
Schauplätze für gesellschaftlichen Diskurs
- 158 **Marcus Starzinger**
Soziale Interaktion in der Vermittlung in der
DASA Arbeitswelt Ausstellung
- 170 **Heiner Wilharm**
„Ausstellen“: Sozialer Raum und soziale
Verpflichtung
- 182 **Die Autorinnen und Autoren**
- 184 **Impressum**

I Museum und Stadt / Stadt und Museum



Museopolis

Die szenografische Intervention des Kolloquiums 2016 verwandelte den Boden des Veranstaltungsorts mit Unterstützung von tape artist LaMia (Lamia Michna) in die überdimensionale Landkarte einer Stadt. Am Abend wurden Tische Teil dieser Landkarte und Kolloquiumsteilnehmer konnten sich an diesen Tischen interaktiv und kreativ an der Gestaltung dieser Stadt beteiligen.

Das Bild zeigt Studentinnen und Studenten beim Aufbau der Installation.

Studierende der Fachhochschule Dortmund führten dieses Projekt mit Unterstützung von Lamia Michna von unter der Leitung von Prof. Oliver Langbein durch.

Foto: Andreas Wahlbrink

Peter Cachola Schmal

Making Heimat. Germany, Arrival Country

Deutscher Beitrag auf der
15. International Architecture Exhibition,
La Biennale di Venezia 2016

Allgemeiner Rahmen

Wer richtet den Deutschen Pavillon aus bzw. wer ist der Auftraggeber?

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), mit der Bundesministerin Dr. Barbara Hendricks. (Aktuell liegt die Zuständigkeit beim Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI), mit dem Bundesminister Horst Seehofer.)

Wie funktioniert der Auswahlprozess oder wie erfolgte die Ernennung des DAM als Kuratorenteam für den Deutschen Beitrag 2016?

Im Juli 2015 reichten wir den Antrag in einem VOF Verfahren nach offener Ausschreibung ein, im September 2015 wurden wir von einer Expertenjury nach Begutachtung in Aktenlage zur Präsentation im Oktober eingeladen. Nach der Präsentation begannen die Verhandlungen, im November wurden wir offiziell vom BMUB ernannt: Peter Cachola Schmal als Generalkommissar mit dem Deutschen Architekturmuseum (DAM) / Stadt Frankfurt als Partner, Team: Oliver Elser als Kurator, Anna Scheuermann als Projektorganisatorin, Something Fantastic als umfassende Gestalter, Doug Saunders unser politischer Berater, Kai Vöckler als weiterer Berater, und Bureau N als unsere internationale Kommunikationsagentur.

Wer war in der Jury?

Anwesend waren u.a. die letzten Generalkommissare der Architektur-Biennale 2014 Alex Lehnerer und Savvas Ciriacidis, Werner Durth als Vorsitzender, die Präsidenten der Verbände BDA, BAK, sowie einzelne Architekten.

Wieviele Teams haben teilgenommen, wieviele wurden ausgewählt?

40 Teams haben teilgenommen, 5 wurden eingeladen zur Präsentation, die Teilnehmer sind geheim.

Wie wurden Something Fantastic ausgewählt als Ausstellungsarchitekten und Grafiker?

Something Fantastic haben 2012 mit Andreas Ruby als Kurator die Ausstellung „Druot, Lacaton & Vasall, Transformation eines 60er Jahre Wohnhochhauses“ im DAM gestaltet, inklusive der Publikation. Aufgrund ihrer inhaltlichen Arbeit an der ETH Zürich wurden sie gebeten mitzuarbeiten.

Der wievielte Deutsche Beitrag war Making Heimat auf der Architekturbiennale?

Die Länderpavillons in den Giardini wurden nach dem Vorbild der Kunstbiennalen erstmalig zu der 5. Architekturbiennale 1991 vor 25 Jahren genutzt, der damalige Deutsche Generalkommissar war Vittorio Magnago Lampugnani mit dem DAM. 2016 findet die „15. Internationale Architekturausstellung - La Biennale di Venezia“ statt, also wurde der Deutsche Pavillon bisher elf Mal bespielt.

Wie war der Austausch im Vorbereitungsprozess mit Alejandro Aravena?

Alejandro Aravena wurde im August 2015 als Direktor bekannt gegeben. Er hat im Dezember 2015 alle nationalen Generalkommissare und Kuratoren nach Venedig eingeladen und im Februar 2016 eine Pressekonferenz in Berlin abgehalten, bei der auch „Making Heimat“ erstmalig vorgestellt wurde.

Gab es Rahmenveranstaltungen während des Laufs der Biennale?

Ja, während der Eröffnungstage und darüber hinaus vereinzelte Events.

Wie hoch war das Budget des Deutschen Pavillons?

450.000 € netto des BMUB, also die übliche Geldsumme, plus eigenverantwortlich organisiertes Sponsoring.



Wie viel kostete der Katalog? Welche Sprachen? Welche Auflage?

Der Katalog ist klein (DIN A5) 320 Seiten stark, zweisprachig deutsch und englisch, und kostet 9,80€ im Verlag Hatje Cantz, Auflage: mind. 7.000 Exemplare.

Wurde mit Universitäten kooperiert?

Ja, mit der HfG Offenbach, in Person von Prof. Kai Vöckler.

Was stand hinter dem Sponsorenengagement von Hornbach?

Hornbach wurde angefragt über ihre Werbeagentur Heimat in Berlin, ob sie sich mit ihrer politisch klaren ‚Global Flag Kampagne‘ vom Herbst 2015 („7000 Sprachen, aber nur ein Weg, den Nagel in die Wand zu hauen. Es gibt immer was zu tun.“) in einer ähnlichen Verhüllung am Deutschen Pavillon beteiligen wollen. Das taten sie, die Filme des Making Of des Pavillons mit den Hornbach-Bannern sind auf Youtube zu sehen.

Welchen Einfluss übte das BMUB auf die Inhalte der Ausstellung, die Gestaltung des Pavillon aus?

Keinen. Im Gegenteil stehen die Bundesministerin und der Staatssekretär Gunther Adler voll und ganz hinter dem Konzept und den Aussagen von „Making Heimat. Germany, Arrival Country“. Sie begleiteten die Entwicklung partnerschaftlich in Form von regelmäßigen Visiten mit ihren Mitarbeitern.

Wurde das Statement von Making Heimat vom BMUB politisch eingesetzt? Wurde es verstärkt oder abgeschwächt?

Das BMUB hielt inhaltlich ergänzende Aktivitäten ab: Bürgermeisterkonferenzen und Kongresse im Rahmen der Nationalen Stadtentwicklung, bei denen Making Heimat eingeladen wurde.

Abb. 1: Making Heimat. Germany, Arrival Country. Deutscher Pavillon, 15. Internationale Architekturausstellung - La Biennale di Venezia 2016
Foto: Kirsten Bucher

Making Heimat

Was bedeutet der Titel „Making Heimat“?

Heimat ist im Deutschen mehr als nur der geografische Herkunftsort oder die Kultur der früheren Heimat, auch ein entsprechendes Gefühl wird damit ausgedrückt. Making Heimat heißt, das beide Seiten an dem Prozess der Erschaffung von neuer Heimat beteiligt sind, der Neuankommling, indem er sich aktiv beteiligt, und die Umgebung der bestehenden Bevölkerung, indem sie die Neuankömmlinge willkommen heißen und ihnen bei der Integration beistehen.

Warum benutzen Sie Heimat auch im Englischen?

Heimat ist nur schwer übersetzbar und daher lassen wir es im Englischen unverändert stehen. Viele ausländische Journalisten behelfen sich mit ‚fare casa‘ (im Italienischen), ‚chez soi‘ oder ‚patrie‘ (im Französischen). Am besten treffen es noch die Briten mit ‚homeland‘, dieser englische Begriff ist aber in den USA in den letzten Jahren durch den Geheimdienst Homeland Security schwer missbraucht worden, bekannt durch die gleichnamige TV-Serie Homeland.

Jan Gerchow

Relevanz, Diversität, Partizipation

Das neue Stadtmuseum für Frankfurt

Das Historische Museum Frankfurt wird seit 2007 neu geplant und umgebaut. Daraus ergibt sich die Möglichkeit einer neuen Konzeption aus einem Guss. Solche Momente kommen auch bei alten, über Jahrhunderte gewachsenen Kulturinstitutionen nur selten vor. Das Team des Museums hat sich für diese große Chance drei Leitbegriffe gewählt: Relevanz, Diversität und Partizipation. Das neue Historische Museum will ein relevanter Ort für die ganze Stadtgesellschaft werden, es will das Museum für die kulturell „superdiverse“ Stadt¹ sein und besondere partizipative Angebote machen. Diese drei Ziele sollen kein „nice to have“ sein, sondern als Grundhaltung des Museums künftig alle Angebote prägen.

Verwandlungen des Museums

Die Geschichte dieses Museums spiegelt in besonderer Weise die Geschichte der Stadt Frankfurt - und zugleich die der öffentlichen Geschichtskultur in Deutschland.

Es ist eine lange Geschichte der Verwandlungen und Neukonzeptionen - oft im Zusammenhang mit Bauprojekten oder Gebäuden. Ge-gründet als Universalmuseum für die Stadt in einer Phase beschleunigten Wandels durch Industrialisierung, wirtschaftliche Liberalisierung und politischen Umbruch (1861-1878), verwandelte es sich bereits während der ersten Jahre nach der Eröffnung zu einem nostalgischen Erinnerungsort an die 1866 an Preußen verlorene Unabhängigkeit als Stadtrepublik. In den Jahren nach 1900 erfolgte einerseits eine Professionalisierung der Museumsarbeit, auf der anderen Seite ergriff das Museum Partei für die Traditionalisten im Ringen um die Modernisierung, vor allem im Zeichen des Neuen Frankfurt (1924-29). Nach 1933 wurde die Umwandlung zum NS-„Heimatmuseum“ betrieben, es blieb jedoch bei Personalpolitik und Umbenennung („Stadtgeschichtliches Museum“, 1934-45); der Ausbruch des Zweiten Weltkriegs verhinderte

die Umsetzung der geplanten Neukonzeption. Alle Liegenschaften des Museums wurden im Krieg zerstört. Nach dem Krieg bekam das Museum erst 1954 wieder ein eigenes Haus (den Saalhof am Mainufer) und stellte sich in Abkehr von der kompromittierten Geschichte als Kunstgewerbemuseum für die Region neu auf. Mit dem erst 1972 eröffneten modernen Anbau verwandelte sich das Museum wohl am radikalsten in seiner Geschichte: Mit dem Schlagwort „Lernort contra Musentempel“ und einer thematischen Ausrichtung an nationaler und regionaler Geschichte in enger Anlehnung an die neue kritische Geschichtswissenschaft wurde das Museum zu einem in ganz Europa diskutierten und zugleich in Frankfurt heftig umstrittenen Reform-Museum.² (s. Abb 1)

Die aktuelle Verwandlung steht im Zeichen einer Rückwendung zum Universalmuseum für die Stadt, jedoch unter anderen Vorzeichen als im 19. Jahrhundert. Alle relevanten Themen der Stadt (Frankfurt) sollen aus aktuellen Perspektiven heraus hier „verhandelt“ und präsentiert werden, und zwar so, dass sich die Diversität einer Großstadt im 21. Jahrhundert darin spiegelt und den Stadtbewohnern und Besuchern alle Ressourcen des Museums möglichst weitgehend geöffnet werden, bevorzugt im Modus der Partizipation. Viele Ideen waren bereits 1972 leitend: z.B. der Anspruch, „Kultur für alle“ anzubieten und damit bildungsbürgerliche oder akademische Barrieren zu überwinden, oder das demokratische Engagement des Museums und die Beteiligung der Bevölkerung an möglichst vielen Projekten des Museums, im Sinne eines „Museums für die demokratische Gesellschaft“. Doch haben sich die Rahmenbedingungen des Museums gegenüber 1972 erheblich verändert.³ Vor allem die Stadtgesellschaft hat sich gewandelt. Frankfurt ist die deutsche Großstadt, die am stärksten von Zuwanderung und kultureller Diversität geprägt ist. Über 50 Prozent seiner Einwohner hat einen „Migrationshintergrund“, mehr als die Hälfte davon hat einen ausländischen Pass. Das ist grundsätzlich in die „DNA“ der Messe-



Abb. 1 (oben): Der Betonbau des Historischen Museums Frankfurt von Nordwesten, nach der Eröffnung im Oktober 1972, Fotografie Fred Kochmann / HMF.

Abb. 2 (rechts): Die Altbauten des Historischen Museums nach der Renovierung 2012, Fotografie HMF / Jörg Baumann.





stadt am Mainübergang seit dem 12. Jh. eingeschrieben. Die Stadt wächst auch heute noch aufgrund von Verkehr und Handel, aber auch durch Flucht und Asyl. Heute ist Frankfurt die Stadt der „Superdiversität“ in Deutschland. In keiner anderen Stadt leben so viele Menschen mit dem viel berufenen Migrationshintergrund. Superdiversität ist auch für unsere zweitwichtigste Zielgruppe kennzeichnend: die Touristen: ca. 50 Prozent unserer Besucher sind jetzt schon Touristen von außerhalb der Region, über 25 Prozent davon kommen wegen des internationalen Flughafens aus Übersee (Asien und Amerika).⁴

Superdiversität und Multiperspektivität

Unser wichtigster Ansatzpunkt bei der Neukonzeption ist deshalb die Frage danach, was diese „superdiverse“ Stadtgesellschaft verbindet. Ohne grundlegende Forschung darüber betreiben zu müssen, lässt sich feststellen, dass es heute nicht mehr gemeinsame Vorstellungen von nationaler Identität (180 Nationen leben in der Stadt), oder von geteilten kulturellem Erbe (mehr als 200 Kulturen), Sprache oder Religion sind, die diese Stadtgesellschaft zusammenhalten. Das einzige Thema, das alle „superdiversen“ Stadtbewohner teilen, ist die Stadt als gemeinsamer Lebens- und Erfahrungsraum. Hierfür sind alle Frankfurter „Experten“, darüber können sich alle austauschen. Und dieses Thema teilen Sie auch mit den vielen internationalen Gästen der Stadt, die etwas über diese Stadt erfahren wollen.

Deshalb nimmt das Historische Museum wieder die Stadt als Ganzes in den Blick und versucht, ein wichtiger Referenzort, ein Ort der Diskussion über Stadt - die eigene Stadt, aber damit auch ein wenig über alle Städte - zu sein. Dafür spricht, dass seit wenigen Jahren die Stadt auch global die Lebensform der Mehrheit der Menschheit ist. Die drei Leitbegriffe „Relevanz - Diversität - Partizipation“ sollen in diesem Prozess der Neukonzeption wie folgt interpretiert werden.

Mit Relevanz ist das Museum als „relevanter Ort“ gemeint, in dem man sich über Traditionen und das kulturelle Erbe der Stadt sowohl informieren als auch mit anderen darüber verständigen kann. Stadtbilder („Images“, Klischees, Visionen etc.) sollen hier immer wieder präsentiert und hinterfragt werden. Die Thematisierung von Stadt soll aus aktuellen Perspektiven und Fragestellungen heraus erfolgen und auch Zukunftsfragen zulassen. Das Museum soll dabei als Ort des Dialogs wie auch der Kontroverse dienen.

Mit Diversität meinen wir, dass das Museum eine kulturell „inklusive“ Institution werden will, welche die Diversität der Stadtgesellschaft und ihrer Perspektiven spiegelt, in ihren Angeboten wie auch im Personal.

Partizipation soll sich für das neue Museum nicht in interaktiven Medienstationen erschöpfen. Vielmehr geht es darum, die Expertise der Stadtbewohner über ihre Stadt im Sinne einer „civic science“ ernst zu nehmen, das Erfahrungswissen der Städter in das Museum aufzunehmen, indem nicht nur das Wissen und die kuratorische Setzung der Haltung der Museumskuratoren zum Ausdruck kommt, sondern unterschiedliche Perspektiven und Haltungen zugelassen werden: neben der üblichen wissenschaftlich-kuratorischen Perspektive auch individuelle, künstlerische und engagierte Perspektiven. Wissen wird im 21. Jahrhundert nicht mehr nur von akademisch oder staatlich garantierten Institutionen legitimiert und publiziert, sondern wird zunehmend von den früheren „Empfängern“ selbst produziert und „gesendet“. Das Museum will in diesem Öffnungsprozess eine möglichst große Bandbreite von partizipativen Strategien ausprobieren und anwenden: von „cooperation“ bis „co-creation“ (Nina Simon).

Abb. 3: Die Neubauten des Historischen Museums Frankfurt, Architektur LRO Architekten, Stuttgart. Foto Mai 2018 Robert Halbe.

aufhält und trifft, quer durch alle Generationen, ohne Ehrfurcht, aber mit vielen Anregungen. Das Weston Park Museum in Sheffield oder das National Museum of Scotland hat für uns so eine Qualität. Das partizipative Museum drückt aus, dass es als Institution am Wissen und der Meinung seines Umfelds interessiert ist („community oriented museum“), wie es z.B. ganz offensiv das Museum of Vancouver tut. Besucher sollen hier Ihre Meinung äußern und hinterlassen können.

Der Um- und Neubau als Chance

Möglichkeit und Rahmen für die inhaltliche Neukonzeption des Museums sind auch in unserem Fall Baumaßnahmen. Es handelt sich eigentlich um zwei Baumaßnahmen: Nr. 1 ist die grundlegende Sanierung und architektonische Aufwertung des historischen Baukomplexes „Saalhof“ mit seinen fünf Bauten aus sieben Jahrhunderten (12. bis 19. Jahrhundert), geplant von Diezinger Architekten aus Eichstätt.⁵ Diese aufwändige Bearbeitung eines der ältesten Baudenkmäler der Stadt hatte zum Ziel, die historischen Schichten des Ensembles im Äußeren wie im Inneren wieder sichtbar zu machen und damit den Saalhof auch im Innern wieder „lesbar“ zu machen. Die fünf Gebäude sollten in ihrer Individualität gestärkt werden. Das geschah nicht nur durch bauliche Maßnahmen, sondern auch durch die neuen Ausstellungen, die von den ca. 3.400 qm Gesamtfläche mehr als die Hälfte (1.800 qm) beanspruchen. Die Gebäude stellen - wo möglich - das Leitthema der Ausstellungen, und die Ausstellungen wurden in vertikaler Schichtung in einzelne Gebäude gelegt, nicht horizontal und damit quer zu den Gebäude-Einheiten. Die Besucher werden über historische Treppenhäuser innerhalb der einzelnen Gebäude geführt und bleiben so in einer Epoche, die Identität der einzelnen Gebäude kann so gestärkt und auch thematisiert werden. (s. Abb. 2)

Der Neubau ist die zweite Baumaßnahme des Museums. Sie begann eigentlich schon mit einem ersten Verfahren von 2004 bis 2006: Sechs Architekturbüros wurden beauftragt zu untersuchen, ob der „Betonbau“ von 1972 technisch saniert und mit einer gefälligeren Fassade versehen werden könnte. Am Ende entschloss man sich aufgrund der hohen Kosten und des nicht vollständig überzeugenden Ergebnisses dazu, einen Wettbewerb für einen Neubau anstelle des Betonbaus auszuloben. Der fand in 2007/08 unter Beteiligung von 50 internationalen Büros statt. Das Stuttgarter Büro LRO Architekten gewann ihn mit einer überraschenden Lösung für die komplexe Aufgabe.⁶ Statt wie gefordert ein überdachtes Foyer zwischen dem Saalhof und einem wesentlich größeren Neubau vorzuschlagen, entwarfen sie einen neuen öffentlichen Platz als Mitte des Museums, flankiert auf der Südseite von einem kleineren Neubau, der den Torso des historischen Saalhofs ergänzt, indem der nach dem Krieg nicht wiederaufgebaute Nordflügel des Bernusbau als neues Eingangsbauwerk aufgenommen wurde. Die Nordseite des trapezförmigen Platzes bildet das große Ausstellungshaus mit 60 Metern Länge und einem markanten Doppelgiebel. Beide Baukörper sind dadurch ungefähr gleichgewichtig; das zuvor so störende Ungleichgewicht von kleinem Altbautorso und übermächtigem Neubau konnte so vermieden werden. Verbunden sind beide Bauteile durch ein unter dem Platz verlaufendes großes Foyer. Der Neubau schafft 4.100 qm Ausstellungsfläche, so dass das gesamte Museum mit dem bereits 2012 eröffneten Saalhof in 2017 5.900 qm Ausstellungsfläche anbieten kann. (s. Abb. 3)

Referenzmuseen

Wie wollen wir unsere Ziele erreichen? Das neue Museum soll zum Referenzort für Gäste und Frankfurter werden: eine der ersten Adressen für alle wichtigen Stadthemen. Wer wissen will, was Frankfurt ausmacht in Geschichte und Gegenwart, soll am Museum nicht vorbeikommen. Referenzmuseen für unsere eigene Neuplanung sind z.B. das Amsterdam Museum mit seiner „Amsterdam DNA“ als Angebot an alle Gäste der Stadt sowie an alle Stadtbewohner, die mit ihren Gästen oder Kindern hierhin kommen, um sich über die eigene Geschichte und aktuelle Themen zu vergewissern. In Form von Wechselausstellungen mit Gegenwartsbezug und attraktiven Veranstaltungen soll das Museum für alle Altersgruppen zum Anlaufpunkt werden, wie z.B. das Wien Museum mit seinen die Eigenart dieser Stadt immer wieder aufs Neue erforschenden Projekten. Vom neuen Museum aus soll man die Stadt in den Blick nehmen können und durch reale Ausblicke wie thematische Fenster die Stadt hier gespiegelt finden - wie es z.B. das Museum aan de Stroom (MAS) in Antwerpen seit 2013 vormacht. Das neue Museum soll zum Ort werden, von dem aus die Stadt forschend untersucht werden kann, wie es etwa im 2013 eröffneten Museum of Liverpool der Fall ist.

Das Museum für die superdiverse Stadtgesellschaft der Gegenwart muss möglichst schwellenlos zugänglich sein, nicht nur im baulichen Sinn, sondern auch in seiner ganzen Haltung und Ausstrahlung. Erscheinungsbild und Eingang eines solchen Museums sollen einladend sein und sich für alle öffnen - was im Umkehrschluss bedeutet, dass das Museum keine Exklusivität oder hoheitliches Gebaren ausstrahlt. Dafür sind Museen wie das Museum of London für uns Leitbild gewesen. Das Museum soll im besten Fall das „Wohnzimmer der Stadt“ sein, wo man sich gerne

Paul Spies

Populisten: Nein, danke! oder: Populisten, willkommen!

Fünf Ansätze aus dem Amsterdam Museum für ein offenes Museum

Der politische Ruf aus den 1970er-Jahren nach einer "Kultur für Alle" erfährt in der heutigen Politik eine Renaissance. So spricht sich auch die aktuelle rot-rot-grüne Regierung Berlins in ihrer Koalitionsvereinbarung für die Schaffung eines Kulturangebots für "Alle" aus.¹ Die Teilhabe an Kultur wird hier als ein demokratisches Recht verstanden und ist gleichzeitig ein Bildungsformat, um eine bessere, klügere und respektvollere Gesellschaft zu schaffen. Abgesehen von einigen Kunstliebhaber*innen werden wohl die meisten Politiker*innen Museen mit Subventionen unterstützen, weil diese eine wichtige Rolle spielen als Vermittler von Kunst und Kultur und gleichzeitig ein Instrument sind, um die erwünschten Werte in die Gesellschaft zu tragen.

Es ist bekannt, dass Kultur-Angebote, besonders im Bereich der sogenannten Hochkultur, nicht von "Allen" wahrgenommen werden, sondern hauptsächlich von einer Elite, die maximal 10% der Bevölkerung ausmacht; dies gilt gleichermaßen für Deutschland wie die Niederlande.² Dass Museen mit ihren Kultur-Angeboten jedoch potentiell einen größeren Teil der Bevölkerung ansprechen können, insbesondere wenn sie bereit sind, sich mit populärkulturellen Themen zu beschäftigen, möchte ich anhand einiger „Proben“ skizzieren, die wir am Amsterdam Museum unternommen haben. Denn gerade Stadtmuseen haben die Möglichkeit, sowohl Themen der Hochkultur als auch der Populärkultur zu präsentieren, da sie sich mit der jeweiligen Geschichte des Ortes befassen und in ihren Sammlungen Kunstwerke und Objekte der Alltagskultur vereinen.

Wenn Museen entscheiden, sich mit breiteren und damit diverseren Besuchergruppen auseinanderzusetzen und deren unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse kennenzulernen, erfordert dies auch die Bereitschaft, entsprechende Angebote zu entwickeln, um damit, wenn nicht „Alle“, doch zumindest viele unterschiedliche Gruppen zu erreichen.

„Wichtig ist sicherlich die Trennung der Lebensstile von verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen: Wir neigen dazu, die Kultur als einen die Menschen zusammenführenden Topos wahrzunehmen; wahrscheinlich kommt dies aus der Tradition und der Nutzung der städtischen Feste und großen Kulturveranstaltungen im öffentlichen Raum.

Tatsächlich ist es aber genau umgekehrt, Kultur und die kulturellen Präferenzen des Einzelnen sind Unterscheidungsmerkmale: Man unterscheidet sich von seinem Nachbarn durch kulturelle Vorlieben und Stile, man bildet seine eigene Identität durch kulturelle Distinktionsmerkmale, man definiert seine kleine, ausgewählte „peer group“ durch gemeinsame kulturelle Interessen und grenzt sich gegenüber anderen Gruppen ab.“³

Ein Stadtmuseum für „Alle“?

Unter der Prämisse, dass kulturelle Unterschiede identitätsstiftende Funktion haben, wird die Aufgabe, kulturelle Teilhabe für ein breites, museumsfernes Spektrum zu schaffen sehr groß: Ein Programm, mit dem "Alle" erreicht werden könnten, ist aufgrund diverser Interessen der vielen unterschiedlichen Gruppen nur schwer vorstellbar. Die Fragen, die wir uns im Museum stellen müssen, lauten also: An welche Gruppen sollte sich ein Stadtmuseum mit seinen Angeboten richten? Ist es die Aufgabe des Stadtmuseums, die Politik dabei zu unterstützen, sich "marginalisierten" Bürger*innen, also solchen, die sich nicht repräsentiert fühlen, zu nähern und mit ihnen in einen Dialog zu treten? Und mit welchen „marginalisierten“ Gruppen sollte sich ein Stadtmuseum beschäftigen? Mit den Communities, die oft als "Minderheiten" beschrieben werden oder mit Angehörigen einzelner Jugendkulturen? Oder sollte das Ziel sein, sich breiter aufzustellen – tatsächlich mit dem Anspruch einer "Kultur für Alle" – und zu ver-



Abb. 1: Eingang in die Ausstellung „Amsterdam DNA“ © Amsterdam Museum

suchen, einen Beitrag zu leisten in der Auseinandersetzung etwa mit Populisten⁴? Sind Stadtmuseen auf diese Aufgabe überhaupt vorbereitet oder stellt die Konfrontation mit populistischen Haltungen eine Überforderung dar? Und wenn es Konfrontationen im Museumsraum gibt, wie gewährleisten wir dann die Sicherheit unserer Kolleg*innen und Besucher*innen? Oder sollte das Stadtmuseum ein Raum sein ausschließlich für den politisch korrekt denkenden Menschen, in dem populistischen Ansätze nicht toleriert werden, wie es etwa das Gorki Theater und kürzlich der Friedrichstadtpalast in Berlin verkündet haben?

„Kultur für Alle“ – was bedeutet diese Forderung also für ein Stadtmuseum? Als Direktor des Stadtmuseums in Amsterdam habe ich mit meinen Kolleg*innen versucht, eine Antwort auf diese Frage zu finden. Wir wollten das Potential des Museums untersuchen, sich mit seinen Angeboten einem breiteren Spektrum der Gesellschaft zu öffnen und ein inklusiver und politischer Ort zu sein. Die für diesen Artikel zugespitzt als Populisten bezeichneten möglichen Besucher*innen stellen in vielerlei Hinsicht eine Herausforderung für Museen dar. Unsere Fragestellungen waren: Wie erreichen wir ein möglichst vielfältiges und diverses Publikum? Wie öffnen wir das Stadtmuseum auch für unbequeme Besuchergruppen und wie stellen wir uns den Auseinandersetzungen? Ist dies mit musealen Formaten überhaupt möglich? In einem längeren Prozess haben wir Kulturangebote für sehr unterschiedliche Besuchergruppen entwickelt und erprobt. Die klassischen Museumsbesucher*innen haben wir in diesem Prozess nicht vernachlässigt, sondern weiterhin passende Angebote für sie realisiert.

Angebote für eine sehr diverse Besuchergruppe – die Touristen

Eine für Stadtmuseen zentrale Besuchergruppe, die sich jedoch nicht anhand ihres Interesses für hoch- oder populärkulturelle Angebote klar unterscheiden lässt, sind Touristen. Im Amsterdam Museum stellten sie mit ungefähr der Hälfte von anfangs ca. 170.000, später 245.000 Besucher*innen die größte Gruppe des Museumsgäste.⁵ Es stellte sich heraus, dass diese Besuchergruppe sehr heterogen war, bestehend aus Menschen aus dem In- und Ausland, aller Altersklassen und Bildungsniveaus. Ihre Gemeinsamkeit lag in den fehlenden elementaren Kenntnissen der Amsterdamer Geschichte. Trotzdem wurde diesen Besucher*innen, als ich 2009 im Amsterdam Museum anfang, der gleiche Rundgang angeboten wie allen anderen: chronologisch, vertiefend und überwältigend viel. Die Geschichte Amsterdams wurde auf drei Viertel der gesamten Ausstellungsfläche (circa 3.000 Quadratmeter) erzählt. Ein Besuch der gesamten Dauerausstellung nahm mehrere Stunden in Anspruch. Hauptinteresse der Besucher*innen aus dem Ausland ist jedoch das moderne Amsterdam („Sex, Drugs and Freedom“). Bevor sie aber die relativ kleine Abteilung zur Gegenwart der Stadt erreichten, war der Großteil der Besucher*innen bereits vollkommen erschöpft. Die labyrinthischen Struktur des Museums im ehemaligen städtischen Waisenhaus stellte für viele eine weitere Hürde dar, diese Abteilung überhaupt zu finden. Die Neugestaltung der

Abb. 2 + 3: Portrait Gallery of the Golden Age in der Hermitage Amsterdam © Paul Spies

Dauerausstellung hatte deshalb zwei Ziele: Sie sollte Tourist*innen und Neu-Amsterdamer*innen einen prägnanten Überblick über die Amsterdamer Geschichte in einer klaren Gebäudestruktur ausgehend von einer neuen Eingangshalle bieten. Für diese inhaltliche und räumliche Neugestaltung einschließlich einer neuen, interaktiven Kinder- und Familienausstellung – "Das kleine Waisenhaus" – standen ca. 2 Millionen Euro von der niederländischen Lotterie (BankGiro Loterij) zur Verfügung.

Die von Besucher*innen und Kolleg*innen hoch geschätzte Kurzfassung der Amsterdamer Geschichte unter dem Titel „Amsterdam DNA“ ist sehr erzählend, mit klaren Themenschwerpunkten und vielen interaktiven Elementen. Der Audioguide in zehn Sprachen unterstützt das Ziel, Nicht- oder Neu-Amsterdamer*innen mit geringen Vorkenntnissen die Stadtgeschichte analytisch und aktivierend zu vermitteln, so dass sie nach dem Besuch die Stadt und ihre Bewohner*innen besser verstehen. Für den Rundgang durch ungefähr 500 Quadratmeter Ausstellungsfläche benötigen Besucher*innen durchschnittlich 45 Minuten; dies entspricht den Bedürfnissen der Tourist*innen, die im Durchschnitt nur 1,8 Tage in der Stadt verweilen.

Mit der Eröffnung von „Amsterdam DNA“ 2011 hat das Museum erstmalig ein Angebot geschaffen, das den Anforderungen seiner größten Besuchergruppe entspricht und potentiell auch für ein museumsfernes Publikum geeignet ist. Mit dem „Kleinen Waisenhaus“ wurde für Familien mit jungen Kinder ein spezifisches Angebot geschaffen, das Kindern bis 12 Jahren einen leichten Einstieg ins Museum bietet.

Eine zentrale Rolle im Entwicklungs- und Probeprozess spielte die neue Eintrittshalle und besonders die Mitarbeiter*innen vor Ort, die

die Nutzer*innen der Kulturangebote aktiv berieten, vor allem aber durch den Dialog deren Bedürfnisse kennenlernten. Seit der Eröffnung von „Amsterdam DNA“ sind die Besucherzahlen stetig gewachsen: von 175.000 im Jahr 2009 auf 222.000 im Jahr 2015 – sowohl durch steigende Touristenzahlen, deren Anteil stabil bei 50% blieb, als auch durch den Anstieg der museumsaffinen Besucher*innen, der auf ein attraktives Sonderausstellungsprogramm zurückzuführen ist. Den größten Erfolg in Bezug auf die Gruppe der klassischen Museumsbesucher*innen erzielte das Amsterdam Museum jedoch seit 2014 mit einer großen Ausstellung in der Hermitage Amsterdam mit den "Kronjuwelen" aus der eigenen Sammlung: den großen Gruppenportraits aus dem 17. Jahrhundert, dem "Goldenen Zeitalter" Amsterdams. Mehr als 200.000 Menschen besuchen jährlich diese Schau, vor allem niederländische Museumsliebhaber*innen. Der Große Saal mit 30 riesigen Gruppenportraits wird zunehmend auch von Tourist*innen (sowie den touristischen Anbietern) als ein "Must-see" in Amsterdam wahrgenommen.⁶

Das Stadtmuseum geht in die Kieze – und auf Partnersuche

Trotz der Erfolge war damit noch immer nicht das erwünschte Ziel erreicht, spezifische Gruppen unter den bildungsfernen Stadtbewohner*innen, die sich von traditionellen musealen Angeboten nicht angesprochen fühlen, den Zugang zu Kulturangeboten zu ermöglichen. Ein akademisch anmutendes Museum stellt für diese Gruppe keine attraktive Freizeitoption dar, sondern vielmehr eine Umgebung, in der sie sich eingeschüchert fühlten. Auch wenn eine Ausstellung wie "Amsterdam DNA" das Potential hätte, diese Gruppe anzusprechen, hindert die Ausstrahlung des Museums als ein Ort der Hochkultur dieses Publikum am Besuch und damit am Zugang zu einem für sie interessanten Kulturangebot.



Martin Brandt Djupdræt

Schaffung sozialer Räume durch Stimmung, Interaktion und Miteinbeziehung

Museen sind gute soziale Räume. In Museen kann man Geschichten und Gefühle gemeinsam mit anderen Menschen erleben und diskutieren, während man sie erlebt. Dadurch unterscheidet sich der Erlebnisraum Museum im Augenblick des Erlebens von dem, was normalerweise geschieht, wenn Wissen und Erlebnisse mithilfe eines Buches oder Computers oder im Kino vermittelt werden.

Um ein gelungener sozialer Raum sein zu können, muss sich das Museum natürlich dieser positiven Eigenschaft bewusst sein und Räume und Erzählungen schaffen, die gemeinsame Erlebnisse fördern.

Es gibt unzählige Möglichkeiten, wie man in Museen soziale Räume schaffen kann. Ich werde nachfolgend drei Aspekte beschreiben, die vom Museum „Den Gamle By“ (Die Alte Stadt) in Aarhus genutzt werden. Die drei Aspekte lauten:

1. Wirkung von Atmosphäre und Erinnerung auf den sozialen Raum
2. Interaktion, die soziale Räume schafft
3. Miteinbeziehung, die neue soziale Räume schafft – sowohl für neue Zielgruppen als auch für die Besucher, die bereits das Museum nutzen

Den Gamle By

„Den Gamle By“ wurde 1914 als Freilichtmuseum gegründet, wobei der Schwerpunkt auf dem städtischen Leben liegen sollte. Neben seiner Funktion als nationales Museum zur Geschichte der Städte ist „Den Gamle By“ seit 2011 auch in besonderem Maße für die Geschichte der Stadt Aarhus verantwortlich. Mit seinen 514.667 Besuchern war „Den Gamle By“ 2016 das drittmeist besuchte Museum Dänemarks und eines der größten Freilichtmuseen Europas. „Den Gamle By“ wurde 2016 mit dem „Luigi Micheletti Award“ ausgezeichnet und erhielt 2017

bei der Verleihung des anderen großen europäischen Museumspreises „European Museum of the Year Award“ eine „Special Commendation“.

Museen und der soziale Raum

John Falks und Lynn Dierkings Buch „The Museum Experience“ aus dem Jahre 1992 definiert eines der museologischen Modelle, die den sozialen Raum in den Mittelpunkt des Museumserlebnisses stellen. Im Buch wird das Museumserlebnis als ein Zusammenspiel dreier Faktoren definiert:

1. Der persönliche Kontext
Die eigene Geschichte und die eigenen Erlebnisse des Besuchers
2. Der soziale Kontext
Die Menschen, mit denen man das Museum besucht, sowie die Stimmung und die gemeinsamen Geschichten dieser Gruppe
3. Der physische Kontext
Der physische Museumsraum einschließlich der Gegenstände, der Inszenierung und der Umgebung.¹

Die Museen können den letztgenannten Kontext kontrollieren. Die nachfolgenden Beispiele zeigen, dass wir, die Museen, darauf hinarbeiten können, die anderen Kontexte zu beeinflussen, um bessere Erlebnisse und Zusammensein während der Museumsbesuche unserer Gäste zu schaffen.

Atmosphäre und Stimmung

„Den Gamle By“ wurde gegründet, um Gebäude und Interieure – vor allem aus dem 19. Jahrhundert – vorzustellen. 2002 formulierte „Den Gamle By“ eine Strategie, laut der weitere Häuser und Interieure aus dem 20. Jahrhundert errichtet bzw. ausgestellt werden sollen, damit

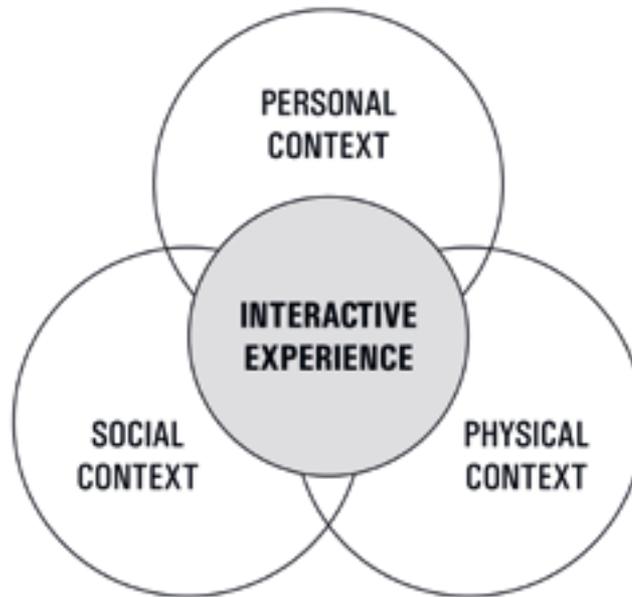


Abb. 1: Falk/Dierking: The Interactive Experience Model

dieser Zeitraum im Rahmen der Vermittlung der dänischen Geschichte durch das Museum besser abgedeckt wird. Teil der Strategie war auch, die späteren Jahre des 20. Jahrhunderts zu berücksichtigen und so einen Zeitraum abzudecken, an den sich viele Gäste des Museums selbst erinnern können. „Den Gamle By“ wurde dazu von unseren Kollegen von „Maihaugen“ in Norwegen, „St. Fagans“ in Wales, „Beamish Museum“ in Nordengland und „Niederlands Openluchtmuseum“ in den Niederlanden inspiriert, die ebenfalls Häuser und Interieure aus dem letzten Teil des 20. Jahrhunderts ausstellen.² „Den Gamle By“ plante, dass ein Teil der bereits vorhandenen Häuser des Museums einen Stadtteil aus der Zeit um das Jahr 1927 bilden sollte und dass ein neu angelegter Häuserblock ein Viertel einer dänischen Stadt aus dem Jahr 1974 zeigen sollte. Dank einer großzügigen Spende der Stiftung „A.P. Møller Fonden“ konnte der Plan ab 2007 konsequent in die Tat umgesetzt werden.³

Indem „Den Gamle By“ und andere Museen einen aktuelleren Zeitraum darstellen, zu dem viele Menschen heute aufgrund eigener Erinnerungen oder aufgrund der Geschichte naher Verwandter ein Verhältnis haben, nähern sich diese Museen einigen der Ideen zur Aktualität und Relevanz an, die die ersten Freilichtmuseen hatten, als sie Ende des 19. Jahrhunderts und Anfang des 20. Jahrhunderts gegründet wurden. John Williams-Davies, ehemaliger Direktor von St. Fagans, formulierte 2009 in einem Artikel in „Folk Life“ Folgendes zur Triebkraft dieser frühen Freilichtmuseen:

„Open-air museums were radical and highly relevant institutions when they first emerged, approximately a century ago: radical because they focused on the daily lives of ordinary people rather than the cultural concert of at cultural elite; relevant because they were product of a mass popular demand generated by an upsurge of national sentiment and fears over the disappearance of cherished ways of life.“⁴

2010 wurde der erste Teil des Viertels aus dem Jahre 1974 eröffnet. Er beherbergt ein Radiogeschäft, das Hi-Fi-Geräte und Schallplatten verkauft und eine Werkstatt hat, in der Fernseher usw. genau wie in den 70er Jahren repariert werden können. 2013 wurden drei weitere Häuser und zwei Hinterhöfe aus dem Jahre 1974 eröffnet. Sie zeigen 10 Wohnungen, eine Konditorei, einen Friseursalon, eine Kneipe, eine Mopedwerkstatt, ein Antiquariat, eine Klempnerwerkstatt, Pfadfinder-räume, eine Frauenarztpraxis, einen kleinen Supermarkt, Hinterhofstoiletten und einen Kindergarten.

Die Wohnungen – Zusammenarbeit mit den Quellen

Das Ausstellungsprojekt wurde durch eine enge Zusammenarbeit mit zahlreichen Personen ermöglicht. „Den Gamle By“ entschied sich, dass das Leben realer Personen die Grundlage der Wissensvermittlung in diesen Wohnungen bilden sollte. Diese Personen oder ihre Angehörigen haben während der Arbeit an den Ausstellungen dabei mitgeholfen, Geschichten aufzuspüren und Räume einzurichten. Diese Vermittlungsmethode wurde u. a. vom „Tenement Museum“ in New York inspiriert, das in einem Wohnblock in Lower East Side von den Personen erzählt, die zwischen 1863 und 1934 in dem Gebäude wohnten. Im Gegensatz zum Museum in New York war es – von einer Wohnung abgesehen – nicht möglich, die Bewohner mit ihren ehemaligen Wohnungen aus dem Jahre 1974 zu vereinen. Stattdessen konnte das Museum eine passende Synthese über Dänemark in der Mitte der 70er Jahre bilden.

Um diese passende Synthese bilden zu können, wurde zu Beginn des Projekts eine Reihe von Untersuchungen über mögliche Gewerbe und Wohnformen durchgeführt. Es wurde untersucht, welche Elemente der dänischen Gesellschaft des Jahres 1974 neu, typisch oder signifikant waren. Ausgehend von diesen Überlegungen bat das



Abb. 2: Die Wohngemeinschaft im Viertel aus dem Jahre 1974
© Den Gamle By, Aarhus



Abb. 3: Eine Originalverpackung und eine Nachbildung für den kleinen Supermarkt aus dem Jahre 1974
© Den Gamle By, Aarhus

Museum die Öffentlichkeit, zu helfen und persönliche Geschichten aus dem Jahre 1974 mit dem Museum zu teilen. Mehr als 200 Interviews und Fragebögen wurden durchgeführt bzw. ausgefüllt. Die Bewohner der 10 Wohnungen wurden aus diesen Personen ausgewählt. Sie sollten gemeinsam ein variiertes Bild des Lebens und der Wohnformen im Jahre 1974 bilden.

Zu den Wohnungen im Viertel aus dem Jahre 1974 zählt eine Wohngemeinschaft, in der vier Studenten zwischen 20 und 30 Jahren wohnen. Die Wohnung konnte eingerichtet werden, nachdem sich die Architektin Vibeke Rygaard an das Museum gewandt hatte. Sie wohnte 1974 in einer Wohngemeinschaft in Aarhus. Diese Wohnform wollten wir sehr gerne vorstellen. Vibeke nahm Kontakt zu ehemaligen Mitbewohnern auf, mit denen sie Mitte der 70er Jahre in der Wohngemeinschaft gewohnt hatte. Mithilfe ihrer Geschichten und alten Fotografien haben wir die Geschichte einer Wohngemeinschaft geschaffen, in der zwei Architekturstudenten, ein Medizinstudent und ein Pädagogikstudent wohnen – genau wie sie es selbst im Jahre 1974 taten. Die Zimmer wurden ihren Bildern und Erinnerungen entsprechend eingerichtet. U. a. steht „Das Kapital“ von Karl Marx in nahezu sämtlichen Zimmern. In der Wohnung in „Den Gamle By“ wird ein Film gezeigt, in dem unsere vier Quellen vom damaligen Leben in der Wohngemeinschaft berichten. Die Besucher des Museums entdecken dank dieser Interviews, dass die Wohnung dem Leben realer Personen nachempfunden wurde. Diese Vermittlungsmethode – Interviews mit den Quellen – wird in mehreren der anderen Wohnungen in diesem Teil des Museums wiederholt.

In der Wohnung neben der Wohngemeinschaft kann man Jørn und Lena Meyer und ihre beiden kleinen Kinder besuchen. Jørn ist Schlosser und Lena Hausfrau. Jørn und Lena träumen davon, in ein Haus in den Vororten zu ziehen – genau wie es die realen Personen 1974 taten. Im Gegensatz zu den bemalten Bierkästen, die in der Wohngemeinschaft die Regale bildeten, ist die Wohnung der Familie Meyer von Teakmöbeln geprägt. In dieser Wohnung wird ein anderes Bild des Lebens im Jahre 1974 gezeigt.⁵

An einem dritten Ort im Viertel aus den 70er Jahren können die Besucher des Museums sechs türkische Gastarbeiter in einer Dreizimmerwohnung besuchen. Die Geschichte, die dort erzählt wird, beruht auf einer Reihe von Interviews mit Türken, die während dieses Zeitraums nach Dänemark kamen.⁶

Die verschiedenen Wohnungen wecken unterschiedliche Erinnerungen bei unseren Besuchern – genau wie die Geschäfte. Zu den Geschäften zählt ein kleiner Supermarkt. Um ihn glaubwürdig einrichten zu können, entschieden wir, die visuelle Authentizität der materiellen Authentizität vorzuziehen.⁷ Es wäre nicht glaubwürdig, wenn die Besucher ein Geschäft voller alter und verblichener Waren betreten würden. Daher wurden Originalverpackungen eingesammelt, z. B. Milchtüten und Verpackungen von Frühstückprodukten, gescannt und farblich korrigiert – und nachfolgend aus dem gleichen Material wie in den 70er Jahren Nachbildungen der Verpackung hergestellt. Eine umständliche Arbeit – aber die einzige Art und Weise, wie wir unseren Gästen das Gefühl vermitteln können, dass sie einen kleinen Supermarkt aus dem Jahr 1974 betreten haben.

Beeinflussung des Erlebnisses nach dem „The Interactive Experience Model“

Diese Ausstellungen im Viertel aus dem Jahre 1974 beeinflussen das Erlebnis der Besucher, indem sie die eigenen und gemeinsamen Erinnerungen der Besucher wecken. Laut Falks und Dierkings Interactive Experience Model⁸ versucht „the psychical context“ (die Ausstellungen) in diesem Teil des Museums bewusst, für Wiedererkennung zu sorgen und Erinnerungen zu wecken. Nicht nur persönliche Erinnerungen, sondern auch Elemente, die den Charakter kollektiver Erinnerungen haben – die gemeinsamen Erinnerungen der Besucher aus diesem Zeitraum. So kann „the psychical context“ dazu beitragen, das gemeinsame Gedächtnis und die gemeinsamen Erinnerungen der Besucher in eine bestimmte Richtung zu lenken und so ihrem „personal context“ Themen hinzufügen, die bewirken, dass die Besucher Elemente in ihren gemeinsamen Erlebnissen und ihrem gemeinsamen Verstehen erwähnen und hervorheben – the „social context“. Anders gesagt: Wir können die Besucher durch die Art der Einrichtung beeinflussen und sie in eine Richtung lenken, in der bestimmte persönliche Erinnerungen geweckt werden, die die Besucher dann gegenüber anderen erwähnen, was letztendlich zu einem gemeinsamen Verstehen führt. Bei dem, was Falk und Dierking als „individual context“ beschreiben, die sich in der „Interactive Experience“ des Besuchers begegnen, handelt es sich auch um Elemente, die das Museum bewusst beeinflussen kann. Und diese Beeinflussung kann dazu beitragen, das soziale Erleben des Museumsraumes durch die Gäste zu stärken.

Die Erinnerungswohnung

„Den Gamle By“ arbeitet seit einigen Jahren mit älteren Menschen, die an Demenz erkrankt sind. Diese Praxis war besonders auf die Erinnerungen der Besuchergruppe ausgerichtet – sowohl auf ihre eventuellen kollektiven Erinnerungen als auch auf die eigenen Erinnerungen der Einzelpersonen.

2012 eröffnete das Museum für diesen Zweck eine besondere Wohnung, die wie in den 50er Jahren eingerichtet ist. Die zahlreichen heutigen Demenzkranken waren in den 50er Jahren jung. Die Forschung zeigt, dass mit diesem Zeitraum viele Erinnerungen verbunden sind und daher gute Chancen bestehen, Erinnerungen über diese Zeit zu wecken.⁹

Normalerweise besuchen 4-8 Bewohner eines Pflegeheims mit ihren Helfern die Wohnung. Wenn sie ankommen, sind sie äußerst still und in sich gekehrt. Eine der Mitarbeiterinnen von „Den Gamle By“ begrüßt sie als Frau des Hauses und entschuldigt sich, dass der Kaffee und der Kuchen noch nicht fertig sind. Die alten Menschen leben auf und beginnen, ihre Umgebung zu registrieren, von der sie sich sonst oft abkapseln – ja, hier riecht es gut, die Einrichtung und die Situation wirken vertraut. Die Frauen helfen in der Küche, und die Männer nehmen im Wohnzimmer ihren Platz ein. Während der nächsten beiden Stunden werden Kaffee und Kuchen auf Porzellan dieser Zeit serviert und Gegenstände herumgereicht, die Unterhaltungen auslösen. Der Besuch endet mit Musik und gemeinsamem Singen. Die alten Menschen unterhalten sich, singen und verlassen die Wohnung als veränderte Personen – bis sie das Meer des Vergessens nach einiger Zeit wieder umschließt.¹⁰ Aber hier, in der Vergangenheit, leben sie ein paar Stunden lang in der Gegenwart.

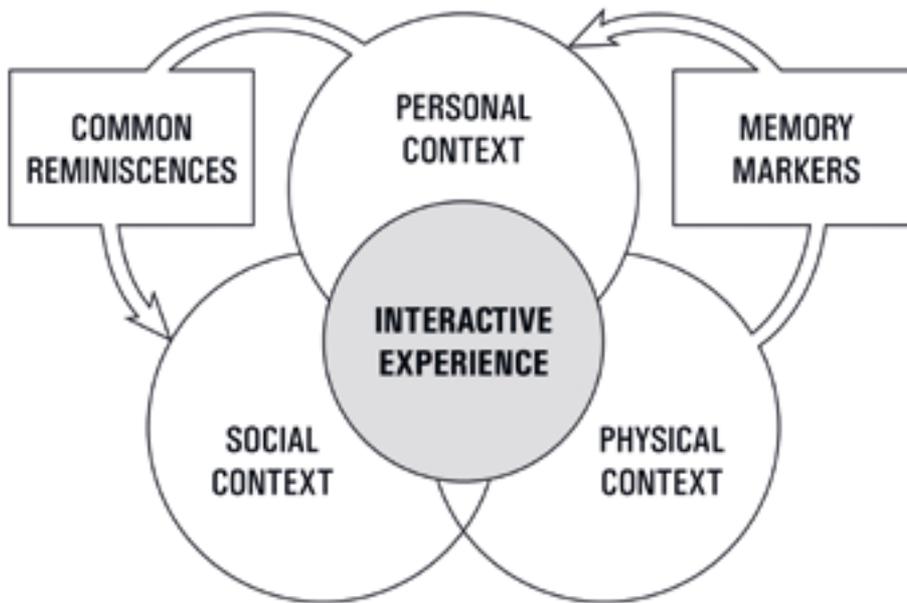


Abb. 4 (links): Interaktion im Modell von Falk und Dierking

Heute bieten mehrere Museen Programme für ältere Menschen an, die an Demenz erkrankt sind. Seit „Den Gamle By“ die besondere Erinnerungswohnung eröffnete, haben mehrere Organisationen und Museen aus Dänemark, dem übrigen Europa und Amerika Interesse an dieser besonderen Methode gezeigt, einen gemeinsamen Erinnerungsraum zu schaffen, in dem die alten Menschen ihre Jugend neu erleben. „Den Gamle By“ hat von 2014 bis 2017 gemeinsam mit vier anderen Freilichtmuseen und drei Universitäten am „Erasmus+“-Projekt „Active Ageing & Heritage in Adult Learning“ teilgenommen. Im Rahmen des Projekts wurden Programme für ältere Menschen, die an Demenz erkrankt sind, für die Angehörigen von Demenzkranken und für das Pflegepersonal, das mit der Gruppe zu tun hat, entwickelt. Das Projekt führt auch eine Untersuchung des Wohlbefindens der alten Menschen durch, wenn sie an den Programmen in den Museen teilnehmen.¹¹

Mehr als 100 ältere Menschen wurden während der Programme in den fünf Freilichtmuseen beobachtet. Nach den Programmen wurden die älteren Menschen und das Personal, das sie begleitete, über das Programm interviewt. Die Endergebnisse dieser Untersuchung wurden noch nicht veröffentlicht. Sie zeigen aber generell, dass sich die alten Menschen in einem besseren Gefühlszustand als sonst befinden, wenn sie an den Programmen der Museen teilnehmen.¹² In einem der Interviews, die in Verbindung mit der Untersuchung durchgeführt wurden, sagt ein älterer Mann zuletzt:

„Ich ärgere mich ... dass meine Frau heute nicht dabei ist. Sie glaubt ja, dass ich verrückt bin.“

Eine markante Aussage! Das Projekt zeigt, dass ein Museum nicht nur ein Ort ist, den Menschen in ihrer Freizeit besuchen, um dazuzulernen oder um sich unterhalten zu lassen. Ein Museum kann

auch ein Raum sein, der schutzbedürftigen Gruppen der Gesellschaft hilft und ihre Probleme lindert. Dies kann das Museum – dank der Geschichten, die es vermittelt, aber auch, weil es als sozialer Raum genutzt werden kann.

Interaktion

Die Interaktion ist ein Element, das sowohl in Lerntheorien als auch in Erlebnistheorien als wichtige Triebkraft hervorgehoben wird.¹³ In Museen kann die Interaktion auch dazu verwendet werden, Beziehungen unter den Gästen und zwischen den Gästen und dem Museum zu schaffen. In „Den Gamle By“ verwenden wir Akteure, die Personen aus der Vergangenheit darstellen, um Beziehungen zu unseren Gästen zu schaffen und gemeinsam mit ihnen einen sozialen Raum zu gestalten. Die Akteure spielen eine Rolle, z.B. als Köchin oder Knecht der 1860er Jahre oder als Kaufmannsgehilfe der 1920er Jahre. Die Figuren sind fiktiv, bauen aber auf Personen der jeweiligen Zeiträume auf. Die Akteure begegnen dem Publikum gerne in ihrer Rolle, d. h. sie agieren z. B., als würden sie im Jahre 1864 leben und in dem Kaufmannshof arbeiten, den der Gast besucht. Ziel dieser Vorgehensweise ist, mit den Besuchern ins Gespräch zu kommen und ihnen auf unterhaltsame Weise die Unterschiede und die Gemeinsamkeiten zwischen heute und dem beschriebenen Zeitraum aufzuzeigen – und hoffentlich zudem zu bewirken, dass die Besucher miteinander über ihre Erlebnisse reden.¹⁴

Interaktion wird auch in den Ausstellungen des Museums angewandt und zwar in Form analoger und digitaler Installationen. Die Interaktion sollte am besten so aufgebaut sein, dass mehrere Personen an ihr teilnehmen können. Würde die Interaktion so gestaltet, dass mehrere Personen entweder an ihr teilnehmen oder die Interaktion kommentieren können, kann sie zwischen den Besuchern verbinden



Abb. 5 (oben): Besuch in der Erinnerungswohnung in „Den Gamle By“. Modellfoto.
© Den Gamle By, Aarhus

Abb. 6 (unten): Begegnung zwischen einem Gast und Akteuren in „Den Gamle By“
© Den Gamle By, Aarhus

Der erste Teil „Museum und Stadt / Stadt und Museum“ beschäftigt sich insbesondere mit der Rolle, die Museen als Inszenierung im städtischen Umfeld einnehmen können und sollen. Wie nehmen Museums- und Gestaltungskonzepte den sie umgebenden Stadtraum auf und wie treten sie mit ihrer Umgebung in Interaktion? Die Beiträge diskutieren, inwieweit (Stadt-)Museen Beiträge zur urbanen Selbstverortung liefern und zum aktiven Austausch über eine Stadt oder Region auffordern.

Der zweite Teil betrachtet die „Ausstellung als sozialen Raum“, in dem soziale Aktion stattfindet, und der als herausgehobenes Aktionsfeld dabei helfen kann, Formen des sozialen Handelns weiter zu entwickeln. Nicht zuletzt geht es dabei auch um konzeptionelle, gestalterische, organisatorische und finanzielle Möglichkeiten und Grenzen, und darum, inwieweit die erhofften Wechselwirkungen zwischen Design, Vermittlung und Besuchern funktionieren.

ISBN 978-3-89986-294-2



9 783899 862942