

Instrumente der Bildung – Wege zum Lernen im Museum

Sonderausstellungen, erweiterte Öffentlichkeitsarbeit, vermehrte Bildungsangebote und museumspädagogische Projekte - das sind die Gründe für eine deutliche Steigerung der Attraktivität von Museen. Die Erhebungen des Institutes für Museumsforschung belegen in der letzten Zeit sehr eindrücklich: diese Faktoren bestimmten ganz maßgeblich die Spitze der Wirksamkeiten für ein anwachsendes Besucheraufkommen¹.

So freundlich die Botschaft klingt, es schwingt doch ein Unbehagen im Hintergrund mit, denn ein steigendes Besucheraufkommen befriedigt zwar das Bedürfnis nach höheren Quantitäten, aber es führt nicht auch automatisch zu einer qualitativen Entwicklung des Angebotes. Trotzdem hängen Quantität und Qualität unmittelbar zusammen, denn das Publikum wird ein Museum, eine Ausstellung, eine Veranstaltung kaum erneut aufsuchen oder weiterempfehlen, wenn seine Erwartungen nicht eingelöst wurden. Genau da liegt die Herausforderung: den Weg einer möglichst kongenialen Verbindung zu finden, der für Quantität sorgt und gleichzeitig Qualität wahrt, im Interesse des Museums und seiner Nutzer.

Wie aber kann das gehen – der Verpflichtung des Museums zur Wahrung von Qualität in Präsentation und Vermittlung genüge zu tun und gleichzeitig die Ansprüche des Publikums zu befriedigen? Bringt die Besucherforschung Klärung? Jein. Sie bemüht sich mit Untersuchungen und Evaluationen in jede Richtung und kommt (nahezu immer und mittlerweile kaum noch überraschend) zu dem Ergebnis, dass Museen mit spannenden Inhalten zum Entdecken von Neuem einladen sollen und über eine angenehme Atmosphäre und ansprechende Ausstellungsgestaltung verfügen müssen; dass der Besucher in Ausstellungen Neues erfahren will und dass angemessene Informationen und Medien genutzt werden können; dass das Personal zuvorkommend und hilfsbereit auftritt und Kinder- und Familienfreundlichkeit gegeben sein soll; dass man sich in der Ausstellung orientieren kann und nicht durch Unübersichtlichkeit überfordert wird und die Gelegenheit zum Gedankenaustausch und zur sozialen Interaktion gegeben wird, etc. etc...

Soweit, so gut. Die Frage ist jetzt: Was tun mit diesen Erkenntnissen? Wie kann das Museum solchen Ansprüchen gerecht werden und aus der selbstformulierten Verantwortung des Bildungsauftrags heraus auf diese Anforderungen adäquat reagieren?

Die Antwort darauf ist alt, aber keineswegs überholt, im Gegenteil:

„Dass alle unsere Erfahrung mit der Vernunft anfangt, daran ist kein Zweifel; denn wodurch sollte das Erkenntnisvermögen sonst zur Ausübung geweckt werden, geschähe es nicht durch Gegenstände, die unsere Sinne rühren und teils von selbst Vorstellungen bewirken, teils unseren Verstand in Bewegung setzen und so den Stoff sinnlicher Eindrücke zu einer Erkenntnis der Gegenstände verarbeiten, die Erfahrung heißt.“²

Sinne berühren, Vorstellungen wecken, den Verstand in Bewegung setzen, durch Erfahrung zur Erkenntnis gelangen. Fast so, als hätte Kant den zeitgemäßen Slogan des modernen Museums vorwegnehmen wollen.

Weil genau dies aber auch die Kernfrage und Herausforderung ist, mit der sich die museumspädagogische Entwicklung der letzten Zeit in Hinblick auf die Frage zwischen Quantität und Qualität auseinandersetzt, lassen Sie uns einen Blick darauf werfen, wie sich die aktuelle Diskussion dazu entwickelt. Klären wir zu diesem Zweck zunächst die gegenwärtigen Vorstellungen von dem, was nach Meinung von Theoretikern ‚Lernen‘ im Museum sein kann und wie Menschen im Museum dazu gebracht werden können, ihren Verstand in Bewegung zu setzen.

Ich will dazu im wesentlichen auf die Entwicklung im englischsprachigen Raum zurückgreifen, weil die Unternehmungen der Museen in dieser Richtung sehr viel anschaulicher (weil konkreter) sind. Der Grund dafür ist, dass der Theoriediskurs und dessen Verflechtung mit der musealen Praxis in diesen Ländern deutlich enger aufeinander bezogen stattfindet und miteinander verflochten ist, als das in Deutschland der Fall ist. Diese Tatsache sollte Sie jedoch keineswegs von eigenen Überlegungen in dieser Richtung abhalten sondern Sie, ganz im Gegenteil animieren, diese Erfahrungen aufzunehmen, sie nach Möglichkeit auf Ihre Situation zu übertragen, um sie so für Ihr Haus nützlich werden zu lassen.

Dass alle unsere Erfahrung mit der Vernunft anfangt

Im Jahr 2001 definiert der Verband der englischen Museen, Archive und Bibliotheken ‚Lernen‘ wie folgt:

„Lernen ist ein aktiver Prozess der Aneignung. Er kennzeichnet sich durch die Handlungen von Menschen, die den Sinn der Welt erfassen wollen. Dieses Handeln fördert den Erwerb von Fähigkeiten, Wissen, Verständnis und Erkenntnis von Werten und die Kompetenz der Reflexion. Erfolgreiches Lernen führt zu Veränderung, Entwicklung und zu dem Wunsch, mehr zu erfahren und weiter zu lernen.“³

Dieser Satz klingt zunächst harmlos und allgemein, beinhaltet aber doch Potenziale von beachtlichem Ausmaß:

Die Museen, Archive und Bibliotheken verpflichten sich mit diesem Verständnis von Lernen, ihre Ressourcen an Information, Wissen und Erkenntnissen den Besuchern und Nutzern so verfügbar zu machen, dass sich diesen

jede Möglichkeit bietet, dort nach ganz individuelle Möglichkeiten Erfahrung zu machen und daraus neue Erkenntnisse zu persönlichem Nutzen und Gewinn zu entwickeln.

Dabei ist an dieser Definition besonders interessant der ausdrückliche Bezug auf den Ansatz der handlungsorientierten Aneignung von Information und das selbstentdeckende Lernen als Antrieb und Motivation für die Konstruktion von Wissen und Erkenntnis.

Um die Konsequenz dieser Formulierung als deutliche Hinwendung zur Publikumsorientierung im Bereich des Bildungsgedankens der Museen besser nachvollziehen zu können, skizziere ich kurz die Entwicklungsschritte auf dem Weg dorthin. Dabei werden folgende Modelle aufgrund ihres direkten Einflusses auf die Bildungsarbeit des Museums in den Fokus genommen:

Die Theorie der Lernstile von David Kolb und Berenice McCarthy, die Lernkreise von Bill Dennison und Roger Kirk, die Idee des Konstruktivismus von George E. Hein und, daran anknüpfend, die Entwicklung der Lerntypologie und ihre Übertragung auf die Museumsarbeit am Beispiel des Victoria & Albert Museum in London sowie der Smithsonian Institution in Washington/DC.

Zwischen 1984 und 1987 entwickeln David Kolb und Bernice McCarthy⁴ eine Theorie der Lernstile, die davon ausgeht, dass es unterschiedliche Formen der Aneignung in verschiedenen Lernkonstellationen gibt. Diese verschiedenen Situationen beschreibt Kolb wie folgt:

1. Konkrete Erfahrung: sie entsteht durch die Unmittelbarkeit von Eindrücken und verbindet sie mit dem eigenen persönlichen Zustand.
2. Reflexive Beobachtung: konzentriert sich auf das Verständnis für Ideen und Situationen durch intensive Betrachtung und Beschreibung.
3. Abstrakte Konzeptualisierung: setzt Logik, Strukturen und Vorstellungen voraus, das Denken steht dabei im Gegensatz zu Emotion.
4. Aktives Erproben: stützt sich auf die Interaktion mit Menschen und die Konstruktion oder Veränderung von Situationen, die praktische Anwendung steht im Vordergrund, im Gegensatz dazu das reflexive Verstehen.

In Verbindung und mit Bezug auf diese Ebenen entsteht eine Differenzierung in folgende Lerntypen:

- A. Der kreative Lerntypus („Imaginative Learners“) forscht nach Gründen („*Warum?*“). Sucht neue Informationen durch eigenes Handeln und denkt über die Resultat nach.
- B. Der analytische Lerntypus („Analytic Learners“) („*Was gibt es dort zu wissen?*“). Sucht lesend neue Informationen, reflektiert diese im Nachhinein.
- C. Der kognitive Lerntypus („Common-sense-Learners“) ist durch das „*Wie?*“ motiviert. Sucht Informationen durch Lesen und Denken, erprobt den Prozess anschließend.
- D. Der dynamische Lerntypus („Dynamic Learners“). Er fragt „*Was würde passieren, wenn ich etwas Bestimmtes tue?*“. Erhält neue Informationen durch Handeln und testet die Ergebnisse erneut in anderen oder veränderten Situationen.

Was bedeutet diese Differenzierung nun für die Aneignungsprozesse im Museum?

Zunächst einmal die Abwendung von einem Lernraster, das in vielen Museen noch zu oft die Grundlage aller Vermittlungstätigkeit darstellt.

Dennison und Kirk nennen dieses Prinzip in ihrer Theorie der Lernkreise⁵ den „Teufelskreis“ („Vicious cycle“).

Er entspricht einem linearen Top-down-Prinzip, das etwa bei der Übertragung wissenschaftsanalytischer oder schuldidaktischer Ansätze auf das Museum entsteht und beinahe unweigerlich in eine Sackgasse und zum Abebben jeglicher Motivation führt⁶:

Generalisiertes Wissen und standardisierte Fähigkeiten



Unverständlich im Bezug auf den eigenen Zustand



Wenig übertragbar für die Anwendung auf eigene Bedürfnisse



Kaum Bestätigung im Lernprozess



Frustration und Abbruch des Lernprozesses

Ausgehend von diesem kontraproduktiven Zustand entwerfen Dennison und Kirk als Gegenentwurf schematisierte Lernkreise, mit deren Hilfe förderliche Lernsituationen für spezifische Lerncharaktere konstruiert werden sollen. Das Grundprinzip dieser Lernkreise basiert dabei auf folgenden Kausalitäten:

1. Der Impuls zum Handeln: Aus ihm entsteht die konkrete Erfahrung.
2. Die reflexive Beobachtung der Erfahrung: Führt zum Verständnis für Situationen und zum Begreifen von Ideen.
3. Die abstrakte Konzeptualisierung: Hier wird die eigene Logik und Strategie für neue Handlungsimpulse entwickelt.
4. Das aktive Anwenden neuer Anwendungsmuster: Verändert eine bestehende Situationen, erfordert dabei die Interaktion mit anderen Menschen, dies wiederum führt zu neuen Erfahrungen.

Der maßgebliche Impuls für diese Progression und zum eigentlichen Lernen ist dabei der Wunsch des Menschen, etwas zu erfahren, das Erfahrene anzuwenden und zu beobachten, was aus dieser Anwendung entsteht, um dieses Ergebnis für ihn nutzbringend anzuwenden und damit wiederum zu neuen Erfahrungen zu gelangen usw. usf.

Im sogenannten „Engelskreis“ („Virtuous cycle“) wird diese Motivation zum Lernen über unterstützend konstruierte und durch das Museum geschaffene Rahmenbedingungen noch mehr verstärkt. Wichtig dabei ist nicht erst die direkte Begegnung mit dem Exponat oder der Information. Maßgeblich ist bereits der aller erste Impuls im Vorfeld des Museums oder der Ausstellung, der zur Aufnahme der Spur hinein in die Sammlung führt:

- ⇒ Initiale Wahrnehmung, Impuls (*„Ich sehe etwas, das bisher nicht in meinem Wahrnehmungshorizont lag. Es beginnt mich jetzt zu interessieren“*)
- ⇒ Wahrgenommene Bedeutung (*„Ich verstehe den Zusammenhang mit mir als Person“*)
- ⇒ Unmittelbare Anwendung (*„Ich habe die Möglichkeit, etwas mit meinen spezifischen Fähigkeiten und Kenntnissen in Erfahrung zu bringen“*)
- ⇒ Erfolg im Gebrauch (*„Die Anwendung gelingt – die Ergebnisse bestätigen und erweitert mein Wissen, es ist für mich nützlich“*)

⇒ Interesse für weiteres Lernen („*Ich entwickle aus dieser Erfahrung Begeisterung und Motivation, weiterhin Neues und Unbekanntes zu erschließen*“)

Für das Museum bedeutet das, dass schon in dieser ersten Begegnung (und schon vor dem Betreten des Hauses) dem Besucher deutlich gemacht werden muss, was das Museum, das Thema der Ausstellung, was deren Inhalte und Präsentationen mit seiner Lebenswirklichkeit und mit seinen Fragen an die Realität zu tun haben. Ist dieser Impuls schon am Beginn des eigentlichen Museumsbesuches vorhanden, verstärkt er sich automatisch - so die Überlegung - und zieht den Besucher ganz unweigerlich hinein in die Faszination des entdeckenden Erfahrens und Verstehens von bisher unbekanntem Dingen und Zusammenhängen.

Lernen als Konstrukt

Wichtig für die Entwicklung einer Theorie der Vermittlung im Museum ist die Idee des Konstruktivismus, die zum Teil auch in Deutschland diskutiert wurde⁷. George Hein hat darin Mitte der neunziger Jahre in seinen Überlegungen zum konstruktivistischen Lernen im Museum zwei ganz wesentliche Veränderungen in der traditionellen Auffassung von Erkenntnis und Bildung formuliert:

1. Unsere Vorstellungen über die Natur des Wissens beeinflussen unsere Haltung zur Bildung und der Entwicklung von entsprechender Didaktik ganz wesentlich. Es macht deshalb einen erheblichen Unterschied, ob wir überzeugt sind, dass das Wissen unabhängig vom Lernenden als eine Art absolute Größe existiert, oder ob wir davon ausgehen, dass sich Wissen als Konstrukt ausschließlich und sehr individuell in den Köpfen und Gedanken der Menschen entwickelt.
2. Die Erkenntnisse, die ein Lernender entwickelt, sind nicht messbar an einem extern definierten Standard, der vorgibt, was richtig oder falsch sei. Maßstab dafür ist ausschließlich, was in der und für die Realität des Lernenden sinnvoll ist⁸.

Der Konstruktivismus geht von der Voraussetzung aus, dass der Mensch sich in der Reflexion seiner Erfahrungen seine ganz eigenen Zugänge zum Verständnis von Welt mit seinen spezifischen und individuellen Fähigkeiten in seiner eigenen Wirklichkeit selbst sucht und auch selbst konstruiert. Für die reale Vermittlungssituation heißt das, dass sich die Vorstellung von der Rolle des Vermittlers (des Lehrers, des Kurators, des Museumspädagogen usw.) und seiner Aktivitäten drastisch verändert, nämlich weg vom Zentrum des Lehrarrangements und nicht mehr in der Funktion des alleinigen Schlüssels zur Lernerfahrung und hin in

Richtung auf die individuellen Bedürfnisse, Gegebenheiten und Bedingtheiten des Lernenden. Der Konstruktivismus versteht dabei das Lernen als dynamischen Prozess, der bei dem Lernenden zu einem permanenten und nicht mehr umkehrbaren Prozess führt. Die Aufnahme und Verarbeitung neuer Ideen führt zu veränderten Verhaltenskonzepten (also zu dem, was wir Bildung nennen), indem auf bereits gemachte Erfahrungen mit dem Lernen zurückgegriffen und vom Museumsbesucher auf genau diese Erfahrung wiederum aufgebaut wird. Bei dieser Form des Lernens wird die Effizienz der Verhaltensveränderung nicht primär durch die Aufnahme von inhaltlichem oder faktischem Wissen bestimmt, sondern über die Art und Weise, wie die Aneignung der bereits vorhandenen Fähigkeiten und Kenntnisse bisher erfolgte. Auf den Punkt gebracht: Wer zunehmend schlechte Erlebnisse mit dem Lernen erfahren hat und damit verbindet, wird ebenso zunehmend weniger Freude an Lernprozessen entwickeln können.

Nach Hein ist damit die Wirksamkeit des Lernens nicht abhängig durch von außen generalisierte Parameter, sondern muss sehr individuell nach den jeweiligen Bedingtheiten des Lernenden konstruiert werden. Der Vermittler bekommt damit die Aufgabe, den Lernprozess zu initiieren, ihn aber nicht zu dominieren. Er hat also die zentrale Aufgabe, ein Ermöglicher - und nicht der Diktierende neuer Erfahrungen zu sein.

Die besondere Herausforderung und der wesentliche Unterschied zu den meisten anderen Lerntheorien liegt darin, dass hier Kuratoren bzw. Museumswissenschaftler sehr genau wissen müssen, a) wer ihre Museumsbesucher sind und wie diese lernen, b) welche Vermittlungsfähigkeiten sie selbst als Museumsmitarbeiter aufweisen und c) über welche Potenziale und Dimensionen an Vermittlungsmöglichkeiten die eigenen Sammlung und Ausstellung in ihrer Gesamtheit verfügt.

Diese Anforderungen sind im Zusammenhang mit der zunehmenden Bedeutung der kulturellen Bildung sehr gut nachzuvollziehen, erheben aber gleichzeitig einen gewaltigen Anspruch an den Einzelnen und bleiben in den meisten Fällen sehr problematisch in der Umsetzung im Museumsalltag. Darüber hinaus gibt es genügend theoriekritische Aspekte, die den Konstruktivismus in der reinen Form als bedingt praxistauglich erscheinen lassen, zumal Lernen von einer ganzen Reihe zusätzlicher und unterschiedlichster Aspekte in ganz verschiedenen Konstellation beeinflusst wird, die kaum oder gar nicht erhoben oder evaluiert und damit berücksichtigt werden können. Zu diesen Aspekten gehören etwa die Determinanten wie zum Beispiel persönliche Interessen, Motivation(en), zeitliche Möglichkeiten, Verhältnis von Freunden oder Familie zum Lernen, der Beruf oder die Fähigkeiten der Betreuer, die Qualitäten des Lehrmaterials und Vermittlungsmedien etc.

Trotzdem bieten diese theoretischen Überlegungen die Chance, zumindest deren wesentliche Erkenntnisse für die Bildungsarbeit der Museen nutzbar und fruchtbar zu machen.

Den Verstand in Bewegung setzen: Ein Museum für Viele

Am aktuellen Beispiel des Victoria and Albert Museum lässt sich gut beobachten, wie solche Theorien und Ansätze modifiziert, der Realität der Museen angepasst werden und in Konzepte in Bezug auf die angestrebte Neuorientierung an ihren Besuchern einfließen.

Das V&A Museum formuliert 2003 in einem internen Text eine Art des perspektivischen Leitbildes, dessen Vorgaben bei der Konzeption von Ausstellungen und in der Realisierung der Bildungsidee des Museums erfüllt sein müssen, um die bisher genannten Erkenntnisse über das Lernen im Museum entsprechend berücksichtigen zu können und wirksam werden zu lassen⁹.

Das V&A stellt zunächst die Bandbreite der menschlichen Lernmöglichkeiten fest und konstatiert daraus folgernd die Notwendigkeit, seinen Besuchern alle Möglichkeiten des Lernens zwischen praxisbetontem ‚Hands-on‘-Prinzip und intellektuell-kognitiver Annäherungsweise zu eröffnen¹⁰.

Um die unterschiedlichen Zugänge für die eigene Vermittlungspraxis fassbar und realisierbar zu machen, definiert und gruppiert das V&A Museum seine Besucher in vier Kategorien und versucht parallel dazu eine Beschreibung der für Museum und Lerntypus gleichermaßen zuträglichen methodischen Umsetzungsweise:

- Der analytisch Lernende („*Analytical learner*“)
 - erkennt Sachverhalte durch Denken und Beobachtung;
 - er bevorzugt Erklärungen, die auf Fakten und schematisierten Darstellungen beruhen;
 - er möchte nachvollziehbare und logische Erläuterungen;
 - sucht nach einem intellektuellen Verständnis der Dinge.

- Der kreativ Lernende („*Imaginative learner*“)
 - nutzt primär seine Sinne durch Beobachtung und Zuhören;
 - bevorzugt die Beschäftigung mit neuen Ideen;
 - sucht nach Information, die auf sozialer Interaktion basieren;
 - zieht die Möglichkeiten verschiedener Perspektiven vor;
 - sammelt gerne eine breite Auswahl an Informationen;
 - ist interessiert an der persönlichen Meinungen Anderer.

- Der vernunftorientiert Lernende („*Common-sense learner*“)

- versteht durch die Verknüpfung von Denken und Handeln;
 - erfährt gerne neue Theorien, um deren Erkenntnisse im eigenen Interesse zu erproben;
 - ist interessiert an Problemlösungen.
- Der erfahrungsorientiert Lernende („Experiential learner“)
 - lernt über die Sinne und das Handeln;
 - bevorzugt Annäherungen über Versuch und Irrtum;
 - interessiert sich für ‚Hands-on‘Erfahrungen;
 - sucht gerne nach dem weitergehenden Sinn der gemachten Erfahrung.

Für das Museum und seine Kommunikation mit der Öffentlichkeit heißt das, dass sich Planer und Kuratoren von Ausstellungen als Begleiter durch die Strukturen des Museums und Übersetzer der Inhalte verstehen müssen. Sie sollen es den Besuchern ermöglichen, auf ihre Weise Erfahrung im Museum zu machen, die diese sich mit ihren jeweiligen Lernstilen ohne Hindernisse erschließen und verfügbar machen können. Um diese Haltung wirksam werden zu lassen, bedeutet dieses sich Einlassen und Reagieren auf die unterschiedlichen Lernstile nicht nur den Einsatz unterschiedlicher Vermittlungsebenen und Vermittlungsformen, sondern auch deren durchgehenden Einsatz im Museum, denn das Prinzip ist nur dann erfolgreich, wenn die Besucher erfahren, dass ihren jeweiligen Lernstilen konsequent und umfänglich entsprochen wird.

Eine Erweiterung der Perspektive der konkreten Umsetzung der Besucherzentrierung in Bezug auf theoretische Erkenntnisse liefert die Smithsonian Institution, Washington D.C.

2002 veröffentlichte das Institut ein Weißbuch zum Ausstellungswesen¹¹. In diesem Weißbuch fließen alle bisherigen Entwicklungen und Erkenntnisse der Besucherorientierung zu einer praxisbezogenen und richtungsgebenden Checkliste zusammen. Ein Abschnitt beschäftigt sich darin mit dem Thema ‚Prinzipien zur Entwicklung von Ausstellungen‘ und listet in drei Schwerpunkten die grundsätzlichen Aspekte auf, die für die Konzeption einer Präsentation zu berücksichtigen sind.

1. Ausstellungen sollen mit der Zielrichtung auf den End-Nutzer entwickelt und umgesetzt werden. Dazu gehören die Berücksichtigung von (Vor-)Erfahrungen des Besuchers, seine Erwartungen und die entsprechenden Zugangs- und Orientierungsmöglichkeiten zu und in der

Ausstellung. Besucher müssen den Eindruck bekommen, dass der Besuch anregend, wichtig und unterhaltsam war.

- Ausstellungen sollen einprägsam, gestalterisch ansprechend und angenehm in der Atmosphäre sein.
 - Besucher müssen eine Beziehung zum Thema der Ausstellungen finden können.
 - Ausstellungen müssen einfach zu erschließen und unkompliziert zu nutzen sein.
2. Information und Objekte sollen so präsentiert sein, dass es dem Besucher möglich ist, an und mit ihnen Erfahrungen zu machen.
- Das „*Warum sollte es mich interessieren*“ muss durchgängig erkennbar sein.
 - Die atmosphärische Wirkung einer Ausstellung soll das Verständnis für die Aussage und Inhalte unterstützen.
 - Die Ausstellung muss die Möglichkeit bieten, direkte und unmittelbare Erfahrungen zu machen.
 - Das Museum bietet die Möglichkeit der nachträglichen Information nach dem Museumsbesuch.
 - Das Museum muss die Besucher mit seiner Botschaft erreichen, indem es sie aktiv in die Inhalte einer Ausstellung einbezieht und beteiligt.
 - Die Ausstellung soll die Besucher überraschen und anregen.
 - Es müssen unterschiedliche Möglichkeiten vorhanden sein, als Besucher individuelle Fähigkeiten und Kenntnisse zu erfahren und zu erproben.
 - Ausstellungen sollen authentische und genuine Exponate zeigen sowie Phänomene darstellen, die sowohl intellektuelle als auch sinnliche Erfahrungen ermöglichen.
3. Informationen sollen in einer eindeutigen sowie stimmigen Weise und durch unterschiedliche Medien vermittelt werden. Eine Ausstellung soll nicht einseitige, sondern unterschiedliche Perspektiven auf einen Gegenstand ermöglichen. Publikumsorientierung wird unterstützt durch Vermittlungs- und Kommunikationsstrategien, die den Inhalt und die Botschaft der Ausstellung und ihre Bedeutung für den Besucher unterstützen.

- Informationen sollen in unterschiedlichen Formen und Formaten vorgesehen sein, ihre Inhalte auf das Zielpublikum abgestimmt werden.
- Kommunikationsstrategien sollen angewandt werden, die eindeutig, attraktiv, angemessen und bezugnehmend auf die Besucher wirken.
- Texte und andere Kommunikationsmedien sollen präzise, objektiv und eindeutig sein und dabei gleichzeitig unterschiedliche Ansichten zulassen.

Auch diese Anforderungen sind anspruchsvoll und nicht einfach zu realisieren, zumal dies für viele Institutionen (abgesehen vom organisatorischem Aufwand) einen deutlichen internen Paradigmenwechsel bedeutet. Eindeutig ist aber auch, und das gehört zu dem wegweisenden Kern dieser Ansätze, dass sich die Erkenntnis einer notwendigen und auch richtigen Umkehr im Sinne des Verständnisses von Besucherinteressen immer mehr durchsetzt. Die Prämisse heißt hier: weg vom ‚Denken in Angeboten‘ und hin zum ‚Denken aus der Perspektive des Rezipienten‘. In der Konsequenz dessen bedeutet diese Wendung, dass sich der Anspruch des „Museums für Alle“ in seiner generalisierenden Unerfüllbarkeit überlebt hat und stattdessen das „Museum für Viele“ als sehr viel präzisere, gezieltere (und auch ehrlichere) Form der Besucherzentrierung zum neuen paradigmatischen Ansatz entwickelt wird.

Im deutschen Sprachraum macht sich diese Entwicklung gegenwärtig noch äußerst indifferent an dem Begriff ‚Besucherorientierung‘ fest. Es wäre sicherlich sehr viel hilfreicher, wenn diese, bisher eher technisch-logistisch geprägte Diskussion (die sich hauptsächlich in der Analyse des Vorhandenseins eines Cafés, des Auftretens der Aufsicht, der Preisgestaltung im Shop und der Sauberkeit der WC usw. erschöpft), deutlicher auf das Kommunikationsverhalten des Museums Bezug nähme und sich intensiver mit den darin implizierten bildungstheoretischen Fragestellungen auseinandersetzen würde.

Das ist, wie schon gesagt, in der Realisation nicht einfach. Erschwerend kommt hinzu, dass in Deutschland die Frage der Wirkungsforschung von Bildungsaktivitäten der Museen noch deutlich unterentwickelt bis unbekannt ist. Wir können gegenwärtig also kaum wissen, welche Konsequenzen welche Konzepte tatsächlich bei den Besuchern folgern.

Trotzdem - ein Blick auf die internationale Situation kann aber dabei helfen, denn hier bleibt es spannend und die Entwicklungen gehen weiter. Die aktuelle Lage in den museologischen Diskursen weist vielfältige Perspektiven und anregende Versuche auf, das Museum als Instrument der Bildung gesellschaftsbezogener - und

damit auch zukunftsfähiger - zu machen. Eine Idee, die dahinter steckt und die auch für die deutschen Institutionen ein erstrebenswertes Ziel sein sollte ist, das Museum durch seine offensiven kulturellen Aktivitäten in der Mitte der Gesellschaft zu einer Instanz werden zu lassen, die nicht nur repräsentativ, sondern auch offensiv gestaltend wirksam wird. Interessant zu beobachten sind in diesem Zusammenhang die Ansätze von Outreach-Programmen¹² oder die Projekte zur Vernetzung von unterschiedlichen Institutionen in sozialen und kulturellen Systemen¹³. Ebenso impulsgebend sind die besucherzentrierten Strategien des ‚Audience-Development‘¹⁴ oder die Versuche, die Idee der kulturellen Teilhabe und Partizipation auf das Museen zu transformieren und anzuwenden¹⁵. Auch die Vorstellung und Konzepte, die sich im Begriff des ‚Engaging Museum‘ als eine Form der integrativen Museologie niederschlagen, sind allemal der Reflexion wert. Solche Diskurse und Prozesse zu verfolgen, sie für die eigenen Verhältnisse zu überdenken und daraus innovative Ansätze zum Nutzen von beiden Seiten – von Museum und Besuchern – zu entwickeln, in solchem Sinne lohnt sich der Perspektivwechsel allemal.

- ¹ „Große Sonderausstellungen“ rangierten bei den Antworten auf die Frage nach den Gründen für eine Steigerung der Besuchszahlen mit 48,8% an erster Stelle, gefolgt von „Erweiterte Öffentlichkeitsarbeit und Museumspädagogik“ mit 35,1%. Quelle: Staatliche Museen zu Berlin/Institut für Museumforschung (Hg.): Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2006. Berlin 2007.
- ² Immanuel Kant: Kritik der reinen Vernunft. Königsberg 1787
- ³ Museums, Libraries and Archives Council: Using Museums, Archives and Libraries to Develop a Learning Community: a strategic plan for action.
- ⁴ David A. Kolb: Experiential Learning. Upper Saddle River 1984. Bernice McCarthy: The 4MAT System. Barrington 1987.
- ⁵ Bill Dennison/Roger Kirk: Do, Review, Learn, Apply: A Simple Guide to Experiential Learning. Oxford 1990.
- ⁶ Was bringt Menschen zum Lernen? Lois Lamdin führt 1997 als Ergebnis einer Erhebung folgenden Gründe dazu auf, die Menschen motiviert (Mehrfachnennungen):
- 79,7% lernen aus Freude am Lernen
 - 57,9% haben ein permanentes Interesse an einer bestimmten Sache
 - 53,6% suchen soziale Begegnung und Interaktion mit anderen Menschen
 - 47,2% wollen sich kreativ betätigen
 - 43,4% verfolgen ein neues Interessensgebiet
 - 37,7% lernen auf der Suche nach Sinn und Weisheit
 - 4,7% lernen für den gegenwärtigen Beruf
 - 0,7% Bereiten sich auf einen neuen Beruf vor
- ⁷ Siehe dazu z.B.: George E. Hein: Konstruktivistische Lerntheorie, sowie: Frank Jürgensen: Nachsätze zum Aufsatz von George E. Hein in: Standbein/Spielbein, Bundesverband Museumspädagogik (Hg.), Heft 43/1995 (Was ist Museumspädagogik?)
- ⁸ George E. Hein: The constructivist museum, in: Journal of Education in Museum (15/1995); Ders.: Learning in the Museum, London 1998.
- ⁹ Aus: Graham Black: The engaging museum. Developing Museums for Visitors Involvement. Oxon 2005.
- ¹⁰ Dazu heißt es denn auch wörtlich und selbstverpflichtend in dem Strategiepapier des Victoria & Albert Museum: „Traditionell bedient das V&A den analytischen Lernstil und hat sich weniger um die anderen Gruppen gekümmert. Die British Galleries wird zukünftig alle Lernbedarfe berücksichtigen.“
- ¹¹ Smithsonian Institution/Office for Policy and Analysis (Hg.): White Papers on aspects of exhibition development. Washington 2002.
- ¹² Als Beispiel und Auswertung eines solchen Programms siehe 'The Museum of London's Black History Month Outreach Assembly Project to London Secondary Schools'. Formative Evaluation, Museum of London, April 2004 (http://www.mlalondon.org.uk/uploads/documents/HUB_BHM_evaluation_report.pdf).
- ¹³ Siehe dazu auch Anna Cuttler: Keyworker und die Folgen. Vortrag auf der Tagung des Bundesverbandes Museumspädagogik vom 6. - 11. 2008 im Deutschen Museum in München sowie Sari Salovaara: Willkommen im Museum? In: Kulturelle Bildung. Reflexionen – Argumente – Impulse. Integration und kulturelle Teilhabe durch kulturelle Bildung. BKJ (Hg.), H. 2/2008.
- ¹⁴ Vgl. Museums for visitors: Audience development - A crucial role for successful museum management strategies (<http://www.intercom.museum/documents/1-4Waltl.pdf>).
- ¹⁵ Ein Beispiel für einen partizipatorischen Ansatz im deutschen Bereich sei genannt die Initiative des Helms-Museums in Hamburg zur Neugestaltung der Dauerausstellung mittels eines Internetforums vom 22. Januar bis zum 16. März 2008 (http://www.online-forum-helmsmuseum.de/demos.php?page=viewcompiler_news&id_view=33&menucontext=6).

Autor

Dr. Andreas Grünewald Steiger

Bundesakademie für kulturelle Bildung

Programmleiter Museum

Andreas.gruenewald@bundesakademie.de

www.Bundesakademie.de